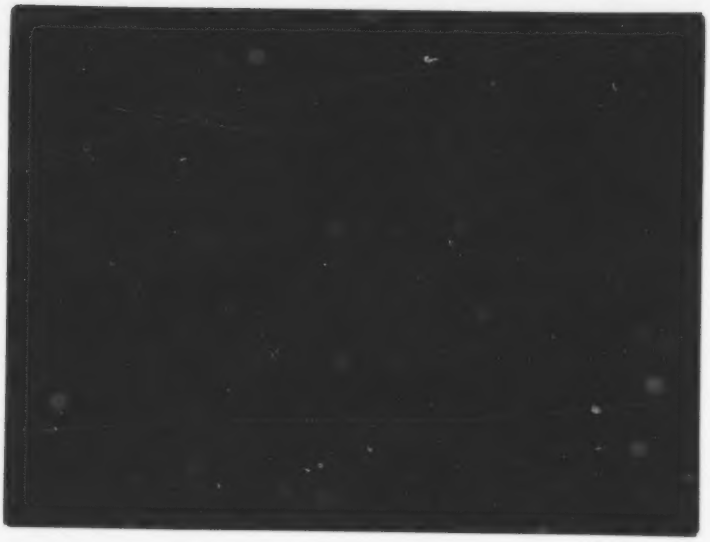

Canadian
Advisory Council
on the Status of Women

Conseil
consultatif canadien
sur la situation de la femme

DOCUMENT DE RÉFÉRENCE

LES ENTREPRENEURES : POUR UNE ÉCONOMIE CANADIENNE RENOUVELÉE

DR 1988-2F

par Dina Lavoie, Ph.D.
École des Hautes Études Commerciales

Février 1988

Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme

89-05605/

Préparé pour le
Conseil consultatif canadien sur la situation de la femme
C.P. 1541, succursale B
Ottawa (Ontario)
K1P 5R5

Réimprimé en novembre 1988

Les documents de référence sont destinés à renseigner les membres du Conseil, le grand public et les parlementaires sur les dossiers étudiés au Conseil. Ils proposent une première analyse du sujet et visent à susciter le débat public.

L'information contenue dans le présent document n'engage que l'auteure et ne reflète pas nécessairement le point de vue du Conseil.

This publication is available in English under the title *Women Entrepreneurs: Building a Stronger Canadian Economy.*

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES TABLEAUX

INTRODUCTION 1

Qui sont les entrepreneures canadiennes? 1

QUE SAVONS-NOUS DES ENTREPRENEURES? 3

Buts et objectifs du rapport 3
Recherches sur les entrepreneures 4
Historique et évolution de l'entrepreneuriat chez les femmes 4
Comment les entrepreneures ont-elles acquis leurs entreprises? 6

DESCRIPTION DES ENTREPRISES DES FEMMES 8

Statut juridique des entreprises 8
Chiffre d'affaires des entreprises à propriétaires féminins 9
Structure de propriété ou de capital-actions des entreprises 11
Secteurs d'activités 12
Nombre d'années d'exploitation des entreprises féminines 14
Nombre d'employés 15
Capital de départ investi 18
Sources de financement 19
Rentabilité des entreprises 25
Part du marché 30
Barrières initiales 31
Forces et faiblesses des entreprises 31

DIFFÉRENTS PROFILS D'ENTREPRENEURES 32

Raisons de se lancer en affaires 32
Âge des entrepreneures 34
État civil des femmes chefs d'entreprises 35
Degré de scolarité 36
Nombre d'enfants 37
Antécédents familiaux d'entrepreneuriat 38
Expérience antérieure de travail 39
Compétences de gestion 39
Relations avec l'environnement 41
Clés de la réussite 41
Différents types d'entrepreneures 42
Sources de perfectionnement 44
Forces et faiblesses du profil des entrepreneures 45

CONCLUSION 47

Initiatives souhaitables et besoins à combler 47

NOTES 53

BIBLIOGRAPHIE 62

LISTE DES TABLEAUX

1.	Évolution des associations de femmes collaboratrices canadiennes	5
2.	Pourcentage des entrepreneures, selon les différents modes d'acquisition des entreprises	7
3.	Différents types de propriété des entrepreneures	8
4.	Chiffre d'affaires des entrepreneures	10
5.	Chiffres d'affaires des entreprises des Maritimes à propriétaires féminins, réparties en fonction du secteur d'activités et de la structure de propriété	11
6.	Propriété et partage des parts dans les entreprises du Québec	12
7.	Secteurs d'activités des entreprises des femmes propriétaires-dirigeantes	13
8.	Pourcentage des différents types de propriété en relation avec le secteur d'activités (Maritimes)	14
9.	Nombre d'années d'existence des entreprises des Canadiennes	15
10.	Nombre d'employés dans les entreprises des Canadiennes, selon les provinces	16
11.	Comparaison du nombre d'emplois créés par les entreprises à propriétaires masculins et féminins au Québec	17
12.	Capital de départ investi par les entrepreneures québécoises, comparé à celui des entrepreneures manitobaines	18
13.	Sources de financement du capital de départ des entrepreneures du Québec et des Maritimes	19
14.	Deuxième source de financement approchée par les entrepreneures du Québec	21
15.	Facteurs ayant influencé le refus du crédit bancaire demandé, selon l'opinion des entrepreneures des Provinces maritimes	21
16.	Autres sources de financement approchées après un refus et raisons du second refus	23
17.	Sommes de capital de risque ordinairement recherchées	23
18.	Pourcentage des entrepreneures de la Colombie-Britannique, par groupes d'âge, qui n'ont pas pu obtenir de financement au départ	25

19. Revenu imposable total des propriétaires chefs d'entreprises enregistrées 26

20. Planification allouée à la mise sur pied d'une entreprise dans le secteur manufacturier du Québec 28

21. Évolution du chiffre d'affaires des entreprises manufacturières des femmes au Québec sur une période de 5 ans 29

22. Proportion du chiffre d'affaires des entreprises manufacturières du Québec dirigées par des femmes, par rapport au chiffre d'affaires total des entreprises manufacturières 30

23. Principales raisons ayant poussé les femmes à se lancer en affaires 33

24. Différents niveaux d'âges des entrepreneures canadiennes 34

25. Degré de scolarité des entrepreneures 36

26. Trois profils d'entrepreneures du Québec 43

INTRODUCTION

Qui sont les entrepreneures canadiennes?

Les recherches récentes sur les Canadiennes propriétaires-chefs d'entreprises indiquent qu'il y a une nouvelle effervescence de l'entrepreneuriat féminin dans la majorité des provinces. En 1982, Kohl[1] soutenait que les entrepreneures canadiennes et leurs entreprises étaient responsables de près du tiers du marché de la vente au détail, avec au-delà de 400 millions de dollars de chiffre d'affaires. Cook et Widerman, de leur côté, rapportaient pour la même année que les Canadiennes dirigeaient près de 52 % des 60 000 nouvelles entreprises.

Un des problèmes de la recherche en entrepreneuriat est de définir le phénomène lui-même. La définition de l'homme entrepreneur est aussi controversée que celle de la femme entrepreneure. Même la définition du phénomène de la petite entreprise avec laquelle les entrepreneurs sont intimement liés n'est pas chose aisée. Les statistiques de Revenu Canada[2] incluent dans la catégorie de la petite entreprise toutes celles dont le chiffre d'affaires est inférieur à deux millions de dollars et le nombre d'employés inférieur à 50. Définies ainsi, les petites entreprises représentent 97 % des entreprises canadiennes et emploient 42 % de la main-d'oeuvre. Ce sont donc des hommes et des femmes entrepreneurs qui gèrent 97 % des entreprises canadiennes.

Un des premiers chercheurs sur l'entrepreneuriat, McClelland (1971), définissait l'entrepreneur comme une personne *qui contrôle la production non destinée à sa consommation personnelle.* Ce type de définition est devenu trop large pour bien décrire la plupart de nos entreprises modernes, même petites, dans lesquelles la production est souvent contrôlée par une personne qui n'est pas nécessairement propriétaire de l'entreprise.

D'autres chercheurs (Bruce, 1976; Collom, 1982) ont défini l'entrepreneur comme une personne *dont les décisions déterminent directement le sort d'une entreprise commerciale sur laquelle elle exerce un contrôle en raison des parts qu'elle y détient, et pour laquelle elle détermine les lignes de conduite*

stratégiques et opérationnelles. Cette définition renierait comme entrepreneures les femmes collaboratrices qui, même si elles ont fondé l'entreprise avec leur conjoint et y travaillent 40 heures par semaine, souvent ne possèdent officiellement aucune part dans l'entreprise. En 1981, on dénombrait 93 759 femmes collaboratrices au Québec et 442 788 au Canada[3]. Plus de 85 % de ces femmes ne recevaient aucun salaire, même si 30 % d'entre elles travaillaient plus de 40 heures par semaine dans l'entreprise[4]. Une recherche sur les femmes dans le secteur agricole de l'est de l'Ontario indiquait en 1985 qu'il en coûterait jusqu'à 1 000 $ par semaine pour remplacer une femme collaboratrice dans ce secteur[5]. Ces chiffres sont trop importants pour qu'on puisse se permettre d'exclure les femmes collaboratrices de notre définition de l'entrepreneuriat, surtout que souvent elles prennent autant sinon plus de risques financiers que les conjoints qui sont officiellement les seuls propriétaires de l'entreprise. Nous avons donc décidé de les englober dans la présente étude.

Un autre phénomène récent est celui des femmes qui créent leur propre emploi (rémunéré) autre que le travail domestique, à l'intérieur de leur foyer. Ces femmes sont de plus en plus nombreuses et se définissent comme étant à leur propre compte. Elles laissent souvent la sécurité d'un emploi, un bon régime de pension et consacrent toutes leurs économies à l'achat des équipements dont elles ont besoin pour produire à la maison. Plusieurs analystes ne veulent pas les considérer comme des entrepreneures parce que leur emploi n'est pas rattaché à une entreprise ayant un statut juridique et parce qu'elles n'engagent pas de personnel. On les considère plutôt comme des travailleuses autonomes. Pourtant, les recherches tendent de plus en plus à démontrer que la majorité de ces femmes finissent par prendre des employés dès que les contrats et le travail commencent à affluer. Par la suite, elles se préoccupent d'enregistrer ou d'incorporer l'entreprise afin de bénéficier des avantages fiscaux et autres. À quel moment ces femmes sont-elles devenues entrepreneures? Nous sommes plusieurs à croire qu'elles l'ont été dès qu'elles ont élaboré des projets à long terme et c'est pourquoi elles seront considérées, dans le cadre du présent exposé, comme des entrepreneures à part entière (bien qu'elles ne soient pas incluses, par choix des différents chercheurs, dans les tableaux statistiques présentés dans ce texte).

Dans les pages qui suivent, l'entrepreneure sera définie comme *la femme qui, seule ou avec un ou des partenaires, a fondé, acheté ou accepté en héritage une entreprise, qui en assume les risques et les responsabilités financières, administratives et sociales et qui participe quotidiennement à sa gestion courante.* Cette femme peut aussi être appelée propriétaire-chef d'entreprise ou propriétaire dirigeante d'entreprise, ou encore femme chef d'entreprise.

QUE SAVONS-NOUS DES ENTREPRENEURES?

Buts et objectifs de l'étude

Le présent document se propose de développer les objectifs suivants :

- examiner les différentes recherches sur les entrepreneures canadiennes et décrire le mode d'acquisition de leur entreprise;

- décrire les entreprises dont les propriétaires sont des femmes, leur statut juridique, leur chiffre d'affaires, leur structure de propriété, leurs secteurs d'activités, leurs années d'existence, le nombre d'employés, le capital investi au départ, les sources de financement, leur rentabilité, leur part de marché et les barrières au départ;

- tracer différents profils de femmes entrepreneures selon les raisons qui les ont motivées à se lancer en affaires, leur âge, leur état civil, leur niveau de scolarité, le nombre de leurs enfants, leurs antécédents familiaux d'entrepreneuriat, leur expérience antérieure de travail, leurs compétences de gestion, leurs relations avec leur environnement, les clés de leur réussite, les différents types de femmes entrepreneures et, enfin, les sources de perfectionnement à leur disposition;

- déterminer les nouveaux besoins des femmes qui sont déjà entrepreneures ou qui veulent le devenir, soulever les possibilités qui s'offrent à elles ainsi que les diverses innovations dans le domaine, montrer les différentes

pistes à suivre et l'avenir des femmes propriétaires-chefs d'entreprises au Canada.

Recherches sur les entrepreneures

Les premières recherches sur l'entrepreneuriat féminin furent entreprises au Canada à la fin des années 1970 (Lavoie, 1979; Winter, 1980). Déjà, les recherches de Schreier (1975), Schwartz (1976), et Schell et Weiman (1977) existaient aux États-Unis. Les années 1980 ont vu naître plusieurs recherches sur les femmes chefs d'entreprises, dont celles de Collom, 1982 (Ontario), Suek et al., 1983 (Manitoba), Stevenson, 1984 (Provinces maritimes), Lavoie, 1984 (Québec) Rose-Lizée, 1984 (Québec), White, 1984 (Ontario), ministère de l'Industrie et du Commerce (MIC), 1985 (Québec), B.C. Women's Programs, 1986 (Colombie-Britannique), Lee-Gosselin et Grisé, 1986 (Québec), Lavoie, 1986 (Québec), ministère de l'Industrie et du Commerce (MIC), 1986 (Québec), et Department of Tourism and Small Business, 1986 (Saskatchewan). Afin de déterminer les caractéristiques distinctives de ces femmes, des tableaux comparatifs des résultats de toutes ces études seront présentés tout au long du texte. Même si les études n'utilisent pas toutes les mêmes échelles, les tableaux nous permettront néanmoins de mettre en parallèle les similitudes et les différences des entrepreneures de diverses provinces canadiennes[6].

Historique et évolution de l'entrepreneuriat chez les femmes

Au début de la colonie, ce sont les femmes, en majeure partie, qui firent fonctionner les petits commerces : tissus, vêtements, fourrures, eau-de-vie, ustensiles et autres, en l'absence de leurs conjoints, souvent partis à la guerre pour protéger leurs biens ou partis explorer le nouveau pays. Ruth Rose-Lizée (1984) nous brosse un tableau de l'évolution des associations de femmes coentrepreneures (Tableau 1).

Tableau 1. Évolution des associations de femmes collaboratrices canadiennes

1897	Le premier Women's Institute voit le jour à Stoney Creek, petit village ontarien.		
1905	L'Ontario compte 69 Women's Institutes groupant 7 018 membres.		
1915	Plus de 800 groupes locaux sont répandus au Canada, dont 13 au Québec.		
1915	Fondation du premier cercle de fermières au Québec.		
1944	Les cercles de fermières comptent plus de 49 000 membres.		
1981	Nombre total de femmes collaboratrices :		
		Canada	**Québec**
	Agriculture	169 368	25 613
	PME	266 522	66 628
	Milieu professionnel	6 898	1 518
	Total	**442 788**	**93 759**

Source : Statisques financières des sociétés, 1982, publication 61-207, rapporté par Rose-Lizée, 1984, p. 135.

Le fichier central des entreprises manufacturières du Québec, en septembre 1984, dénombrait 49 000 entreprises manufacturières (MIC, 1986). De ce nombre, 9 500 comptaient au moins une propriétaire dirigeante[7]. Les autres données sont, hélas, trop récentes pour nous permettre de dresser un tableau similaire de l'évolution des regroupements de femmes d'affaires dans les différentes provinces. Nous savons cependant qu'en 1984-1985, en Colombie-Britannique, on a vu le nombre de femmes travaillant à leur propre compte augmenter de 8 000. La même année, dans cette province, les femmes représentaient 30 % du nombre total des personnes travaillant à leur compte. Entre 1975 et 1984, le nombre d'hommes propriétaires-chefs d'entreprises augmentait de 51 % tandis que chez les entrepreneures, le nombre augmentait de 119 %.

Il n'existe pas encore de données significatives sur le nombre de femmes canadiennes propriétaires-chefs d'entreprises. Il est difficile de se faire une idée précise de leur nombre, de leurs activités économiques et sectorielles et de leur succès en affaires. Les quelques statistiques canadiennes ne sont pas plus différenciées en ce qui a trait aux hommes entrepreneurs. Revenu

Canada[8] nous indique cependant qu'entre 1972 et 1983 le nombre de femmes propriétaires uniques augmentait de 140,3 %, passant de 61 864 à 148 636, tandis que le nombre d'hommes propriétaires uniques augmentait de 10,7 % seulement, passant de 315 872 à 349 496. Il est à noter que ces statistiques ne nous donnent pas le portrait réel du phénomène entrepreneurial puisqu'elles ne représentent que les entreprises enregistrées, dont les propriétaires doivent soumettre une déclaration personnelle d'impôt, ce qui permet ainsi de les dénombrer. Les propriétaires d'entreprises incorporées et de certaines sociétés ou coopératives ne sont pas du nombre, et les recherches canadiennes démontrent que ces entreprises peuvent représenter en moyenne près de 30 % des entreprises des Canadiennes[9]. Nous pouvons alors oser émettre l'hypothèse qu'en 1983, le nombre des entreprises à propriétaires féminins pouvait être de 212 337 [148 636 (70 %) + 63 701 (30 %)]. En 1981, le nombre de femmes collaboratrices au Canada serait de 442 788 (Tableau 1). Si on additionne ces chiffres, on peut présumer qu'au moins 650 000 femmes étaient actives dans l'entrepreneuriat canadien en 1983. Il se peut qu'en réalité le nombre total des femmes propriétaires-chefs d'entreprises soit beaucoup plus élevé, nos statistiques étant si incomplètes. Beaucoup de femmes n'enregistrent même pas leur entreprise, même lorsqu'elles emploient plusieurs personnes. Au Canada, on prévoit qu'en 1990, 65 % des nouvelles entreprises seront fondées par des femmes[10]. Les entrepreneures canadiennes sont maintenant dans tous les secteurs d'activités : mines, construction, transport, produits pharmaceutiques, produits chimiques, bureaux professionnels, etc. Elles appartiennent désormais à une vingtaine d'associations d'affaires féminines fondées dans les différentes provinces canadiennes et contribuent de façon significative à la vie économique et commerciale du pays[11].

Comment les entrepreneures ont-elles acquis leur entreprise?

En comparant les résultats des études (mentionnées plus haut) des différents chercheurs québécois (Tableau 2), on constate que les femmes en général deviennent entrepreneures par choix et que très peu, en moyenne, héritent d'une entreprise « toute faite ». Les études des autres provinces ne précisent pas le mode d'acquisition. Celle de Stevenson (1984) employait un échantillon de femmes qui avaient toutes fondé leur propre entreprise.

Tableau 2. Pourcentage des entrepreneures, selon les différents modes d'acquisition des entreprises

	Lavoie 1984$_b$ (Québec) N=72 %	MIC 1985 (Québec) N=50 %	Lee-Gosselin et Grisé 1986 (Québec) N=63 %
Entrepreneures ayant fondé seules l'entreprise	29	26	47
Entrepreneures ayant fondé l'entreprise avec un ou plusieurs partenaires	27	35	
Entrepreneures ayant acheté l'entreprise seules	22		34
Entrepreneures ayant acquis l'entreprise seules		21	
Entrepreneures ayant hérité de l'entreprise	21	17	16
Total*	99	99	97

Note : * Ces pourcentages ne totalisent pas 100 % parce que certaines femmes n'ont pas répondu.

Le Tableau 2 confirme que la majorité des entrepreneures sont parties de zéro ou ont pris seules le risque d'acheter leur entreprise. Un peu plus loin, d'autres données démontreront qu'elles jouent un rôle important dans leur entreprise, qu'elles s'intéressent de près à la gestion courante et qu'elles déterminent le développement stratégique de leurs entreprises. De plus en plus, ces femmes sortent de nos écoles de gestion et commencent à jouer un rôle important dans la création d'emplois féminins, comme nous le verrons plus loin.

DESCRIPTION DES ENTREPRISES DES FEMMES

Statut juridique des entreprises

Le Tableau 3 démontre que la majorité des femmes entrepreneures des échantillons des recherches canadiennes préfèrent enregistrer leur entreprise et demeurer propriétaires uniques plutôt que de s'engager dans une société de personnes (partnership) ou de s'incorporer.

Tableau 3. Différents types de propriété des entrepreneures[12]

	Colombie-Britannique (B.C. Women's Programs) 1986 N=1 000 %	Ontario Collom 1982 N=275 %	Maritimes Stevenson 1984 N=183 %	Québec Lavoie 1984b N=72 %	Collaboratrices Rose-Lizée 1984 N=217 %
Propriétaires enregistrées	65	50	40	49	55
Sociétés	22		20	10	12
Incorporations	13	50	38	38	23
Total*	100	100	98	97	90

Notes : Les autres études canadiennes confirment en grande partie ces résultats sans préciser davantage.

* L'addition des pourcentages ne donne pas toujours 100 % parce que certaines participantes se sont abstenues de répondre.

Ce tableau indique notamment que les femmes, en général, travaillent surtout dans des entreprises à propriétaire unique. La même recherche sur les femmes collaboratrices démontre que seulement 10 % d'entre elles détiennent 50 % et plus des parts de ces mêmes entreprises. Les femmes collaboratrices sont loin d'être reconnues comme des partenaires à part entière même si elles consacrent le tiers de leur vie au travail dans l'entreprise. Au Québec, c'est surtout dans le secteur agricole que ces entreprises enregistrées à propriétaire unique existent (74,8 %) (Rose-Lizée, 1984) et ces propriétaires uniques sont le plus souvent les conjoints.

Le Tableau 3 indique aussi que les entrepreneures du Canada, étant donné qu'elles préfèrent pour leur entreprise le statut d'entreprise enregistrée à propriétaire unique, paient deux fois plus d'impôt que les autres entrepreneurs dont le chiffre d'affaires est le même; elles n'ont pas droit aux avantages fiscaux accordés aux entreprises incorporées, lesquels permettent de retirer parfois des bénéfices substantiels qui peuvent par la suite être réinvestis dans l'entreprise.

On peut cependant comprendre les propriétaires-dirigeantes d'entreprises de préférer l'enregistrement. Les frais d'incorporation, souvent élevés, peuvent se révéler trop considérables au moment du démarrage d'une entreprise. Beaucoup de femmes qui ne peuvent investir au départ qu'un capital minime n'ont pas la possibilité de s'incorporer avant la troisième et même la cinquième année d'exploitation. C'est surtout le cas chez les plus jeunes. Elles sont néanmoins conscientes des occasions perdues et disent garder l'espoir de pouvoir un jour s'incorporer. Une étude longitudinale serait nécessaire pour vérifier l'évolution de ces entreprises, de l'enregistrement à l'incorporation.

Chiffre d'affaires des entreprises à propriétaires féminins

Les statistiques canadiennes[13] démontrent qu'en 1978, 44 % des petites entreprises (97 % du nombre total des entreprises canadiennes à ce moment) généraient moins de 50 000 $ en revenus de vente; 37 % avaient un chiffre d'affaires de 50 000 $ et seulement 19 % étaient parvenues à atteindre un chiffre d'affaires de deux millions de dollars. Nos statistiques des années 1980 sont résumées dans le Tableau 4.

Les données démontrent que les femmes propriétaires-chefs d'entreprises se débrouillent relativement bien et que comparativement aux entreprises de 1978 en général, leurs entreprises ne sont plus concentrées dans les entreprises à bas revenus. Les jeunes entrepreneures de moins de 30 ans (Lavoie, 1986) semblent montrer une détermination peu commune à gérer des entreprises tout à fait respectables. En effet, 70 % des entreprises de cet échantillon montraient un chiffre d'affaires de plus de 100 000 $.

Tableau 4. Chiffre d'affaires des entrepreneures

	Colombie-Britannique (1986) %	Québec Lee-Gosselin et Grisé (1986)* %	Québec Lavoie $(1984)_b$* %	Québec Lavoie (1986)* %	Maritimes Stevenson (1984) %
50 000 $ et moins	58	0	19	6	37
51 000 à 100 000 $	17	18	17	25	13
101 000 à 250 000 $	14	82	13	38	24
251 000 à 2 millions $	10		22	19	7
plus de 2 millions $	1				1
(1 million $ et +)**			(21)	(11)	
Total	**100**	**100**	**92**	**99**	**82**

Notes : * Les études de Lee-Gosselin et Grisé et de Lavoie (1984) concernent les entreprises du secteur manufacturier. L'étude de Lavoie (1986) ne comprenait que des femmes de moins de 30 ans.

** Il faut remarquer que ces chercheurs n'ont pas employé exactement les mêmes grilles pour soumettre leurs résultats. Ces pourcentages sont des chiffres approximatifs. (L'étude de Collom (1982) de l'Ontario ne présente pas de chiffres dans cette forme, mais plutôt des pourcentages globaux.)

Stevenson (1984) a fait des comparaisons intéressantes du chiffre d'affaires des entreprises de son échantillon selon le secteur dans lequel elles se trouvaient et la structure de propriété de l'entreprise. Le Tableau 5 démontre que ce sont les entreprises manufacturières de son échantillon qui produisaient les plus hauts revenus et les entreprises de service les moindres. Les études des entreprises manufacturières du Québec confirment ces conclusions. Quant au type de propriété, ce sont les entreprises à propriétaire unique qui se classent bonnes dernières. La plupart des recherches ont également démontré que les entreprises de service, qui sont aussi le moins souvent incorporées, enregistrent un chiffre d'affaires inférieur aux autres. Les recherches ont révélé en outre que ce sont les plus vieilles entreprises qui ont le plus gros chiffre d'affaires en général. Ces entreprises ne se trouvent pas nécessairement dans le secteur manufacturier.

Tableau 5. **Chiffres d'affaires des entreprises des Maritimes à propriétaires féminins, réparties en fonction du secteur d'activités et de la structure de propriété**

	SECTEUR D'ACTIVITÉS			STRUCTURE DE PROPRIÉTÉ		
	Manufacturier	Vente	Service	Entreprises enregistrées	Sociétés	Corporations
	%	%	%	%	%	%
moins de 60 000 $	46,0	23,0	44,0	65,0	47,0	21,0
60 000 à 255 000 $	24,0	51,0	34,0	29,0	48,0	48,0
255 000 à 2 millions $	24,0	16,0	11,0	6,0	5,0	30,0
plus de 2 millions $	0,0	0,5	0,6	0,6	0,0	0,5
Total*	**94,0**	**90,5**	**89,6**	**100,6**	**100,0**	**99,5**

Source : Stevenson (1984), p. 45. Les études des autres provinces ne se sont pas attardées à faire ces différentiations.

Note : * Ces pourcentages ne totalisent pas 100 % parce que certaines femmes ont omis de répondre à la question.

Structure de propriété ou de capital-actions des entreprises

Le partage des parts ne semble pas toujours à l'avantage des femmes, c'est-à-dire en relation avec le temps et les efforts qu'elles consacrent à l'entreprise. Le Tableau 6 démontre qu'un nombre minime d'entrepreneures possèdent la moitié ou plus des parts de l'entreprise. Bien que les entreprises soient en grande partie enregistrées comme étant à propriétaire unique, ce propriétaire n'est pas, dans la plupart des cas, la femme entrepreneure ou coentrepreneure. Ce sont surtout les femmes dans les sociétés de personnes ou les corporations qui sont légalement partenaires, et celles du secteur manufacturier (selon les études du Québec) qui sont partenaires majoritaires. Malheureusement, les études des autres provinces ne donnent pas d'information sur le partage de la propriété des entreprises.

Tableau 6. Propriété et partage des parts dans les entreprises du Québec

	Québec Lee-Gosselin et Grisé (1986) %	Québec Rose-Lizée (1984) %	Québec Lavoie (1984)$_b$ %	Québec MIC (1985) %
Moins de 51 %	47,6	90,0	41,0	57,0
Plus de 51 % et moins de 100 %	29,0	10,0	52,0	32,0
100 %	19,0	0,0	? *	? *
Total	**95,6**	**100,0**	**93,0**	**89,0**

Note : * Lavoie (1984) et MIC (1985) n'ont pas employé les mêmes échelles pour leurs recherches (leurs échelles étaient les suivantes : part égale, majoritaire, minoritaire, autres).

Nous pouvons suggérer que sur le plan financier, les propriétaires-chefs d'entreprises (mariées) ne bénificieront probablement pas autant qu'elles seraient en droit de le souhaiter, à moins qu'elles aient un bon contrat de mariage qui leur donnera une part équitable au décès du conjoint, ou à moins qu'elles aient signé une charte d'entreprise avec le ou les partenaires de l'entreprise, qui leur assurera un partage financier juste et équitable à la dissolution.

Secteurs d'activités

Il serait pratiquement impossible, à l'heure actuelle, de trouver un secteur d'activités duquel les entrepreneures canadiennes soient totalement absentes. Le Tableau 7 ne vient que confirmer la place importante des femmes dans la vie économique manufacturière du pays. Il démontre aussi que c'est le secteur des services qui semble encore être priviliégié par les femmes chefs d'entreprises, immédiatement suivi par la vente au détail.

Tableau 7. Secteurs d'activités des entreprises des femmes propriétaires-dirigeantes*

Colombie-Britannique Women's Programs (1986)		Ontario White (1984)		Maritimes Stevenson (1984)	
	%		%		%
Service	54,0	Service	45,0	Service	38,0
Vente	28,0	Vente	28,0	Vente	41,0
Manufacture	16,0	Artisanat	13,0	Manufacture	16,0
Construction	0,8	Confection	7,0	Construction	1,0
Finance	0,7	Concession	8,0	Finance	3,0
Transport	0,3			Transport	0,5
Agriculture	0,1				
Mines	0,0				
Total	**99,9**		**101,0**		**99,5**

Québec** MIC (1986)		Québec** Lee-Gosselin et Grisé (1986)	
	%		%
Imprimerie	22	Imprimerie	17
Aliments	7	Aliments	11
Métaux	11	Métaux	8
Habillement	17	Habillement	8
Textile	4	Meubles	3
Autres prod. manufacturés	10	Photographie	6
Bois	6	Construction	10
Produits chimiques	3		
Minéraux	5		
Total	**85**		**63**

Notes : * Pour plus de précisions sur l'échantillonnage, voir la note 6.
** Secteur manufacturier.
Les autres études ne présentent pas de données précises sur les secteurs.

Comme on le verra plus loin, l'étude du ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec (MIC, 1986) indique que dans le domaine de l'imprimerie et de l'édition, le chiffre d'affaires des propriétaires dirigeantes représente 50,7 % du chiffre d'affaires total de l'industrie.

Le Tableau 8, qui démontre les résultats de Stevenson (1984) dans les Provinces maritimes, permet d'étudier la relation entre le type de propriété

et le secteur d'activités. Les résultats confirment qu'en général, les femmes qui s'aventurent dans les secteurs typiquement masculins semblent suivre la tradition masculine et incorporer leur entreprise. On peut s'étonner qu'autant de femmes dans ces provinces aient aussi incorporé leur entreprise de vente. Peut-être sont-elles plus conscientes des avantages fiscaux de l'incorporation?

Tableau 8. Pourcentage des différents types de propriété en relation avec le secteur d'activités (Maritimes)

	Propriétaire unique N=178 %	Partnership N=77 %	Incorporation N=192 %	Total %
Manufacturier (N=55)	37,8	16,2	45,9	99,9
Vente (N=199)	36,2	16,1	47,7	100,0
Service (N=167)	48,5	19,2	32,2	99,9
Construction (N=4)	0,0	0,0	100,0	100,0
Finance (N=12)	8,3	8,3	83,3	99,9
Transport (N=5)	20,0	20,0	60,0	100,0
Agriculture, etc. (N=5)	40,0	20,0	40,0	100,0

Source : Stevenson (1984, p. 43). Ces données sont basées sur l'échantillon total des Maritimes. Les autres études provinciales ne donnaient pas ces informations.

Nombre d'années d'exploitation des entreprises féminines

Les résultats des recherches canadiennes suggèrent que la moitié des entreprises détenues et dirigées par des femmes ne sont en exploitation que depuis cinq ans, comme l'indique le Tableau 9. En moyenne, moins de 15 % de ces entreprises ont plus de dix ans d'existence. Elles sont peut-être trop jeunes, dans l'ensemble, pour qu'on puisse en tirer de grandes leçons en étudiant leur fonctionnement, mais elles ont probablement accumulé certaines expériences, pendant ces quelques années d'évolution, qui pourraient aider à dégager les hauts et les bas de l'entrepreneuriat des femmes au Canada, ainsi que les formules à succès et certaines causes d'échecs (voir p. 27).

Tableau 9. Nombre d'années d'existence des entreprises des Canadiennes

Colombie-Britannique Women's Programs (1986)		Ontario Collom (1982)	
	%		%
Moins de 2 ans	20	Moins de 5 ans	52
2 à 4 ans	37	6 à 10 ans	26
5 à 9 ans	27	11 à 15 ans	13
10 ans et plus	17	16 à 20 ans	4
		21 à 25 ans	2
		25 ans et plus	4
Total*	**101**		**101**

Québec Lavoie (1984)[b]		Provinces maritimes Stevenson (1984)	
	%		%
Moins de 10 ans	43	Moins de 2 ans	15
10 à 15 ans	17	2 à 5 ans	35
16 à 25 ans	17	6 à 10 ans	27
26 ans et plus	22	11 à 20 ans	14
		20 ans et plus	10
Total*	**99**		**101**

Note : * Les pourcentages ont été arrondis. Les études des autres provinces n'ont pas examiné cet élément.

Nombre d'employés

Même si bon nombre de petites entreprises détenues et dirigées par les Canadiennes ne créent pas toujours des emplois (35 % en moyenne n'en créent aucun) elles demeurent d'importants employeurs, surtout pour les femmes. En Ontario, Collom (1982) rapporte que ces entreprises emploient en moyenne 5,6 femmes à plein temps et 4 à temps partiel (voir le Tableau 10). Lee-Gosselin et Grisé (1986), de leur côté, soulignaient que 81 % des entrepreneures québécoises employaient au moins 3 personnes et les recherches de Lavoie (1984) signalaient que 43 % de son échantillon dans le secteur manufacturier employaient 10 personnes et plus, en majorité des femmes (à près de 80 %). En Saskatchewan, les recherches démontrent que 41 % des hommes, en comparaison à 20 % des

femmes, veulent embaucher 3 employés et plus à temps plein. On ne peut considérer ces données qu'à titre indicatif puisque les échelles utilisées diffèrent selon les recherches.

Tableau 10. Nombre d'employés dans les entreprises des Canadiennes, selon les provinces

Colombie-Britannique Women's Programs (1986)		Québec MIC (1986)	
	%		%
0	45,0	0	20
1	21,0	1 à 9	45
2 à 3	18,0	10 à 25	20
4 à 5	7,0	26 à 49	8
6 à 19	6,0	50 à 99	4
20 à 49	0,8	100 et plus	3
50 et plus	3,0		
Total	100,8		100

	Québec Rose-Lizée (1984)			Provinces maritimes Stevenson (1984)		
	Agriculture	PME		Manufacturier	Vente	Service
	%	%		%	%	%
0	31	20	0	37	43	48
Réguliers	42	73	1 à 4	40	44	36
Saisonniers	26	6	5 à 9	13	10	7
			10 à 19	10	1	7
			20 à 49	0	1	1
Total	99	99		100	99	99

S'appuyant sur les résultats de ses recherches en Ontario en 1984, White se permet d'avancer que si la Fédération canadienne des petites entreprises a raison d'affirmer que le secteur de la petite entreprise au Canada crée au moins 70 % des nouveaux emplois, on peut en conclure que les femmes en créent une grande partie. Les femmes semblent en effet avoir partiellement résolu entre elles le problème d'accessibilité à l'emploi, puisque grâce à leurs entreprises et au fait qu'elles font souvent affaire avec des fournisseurs qui sont aussi des femmes (77 % dans l'échantillon des Provinces maritimes), les

entrepreneures canadiennes sont responsables du maintien des emplois dans les autres entreprises à propriétaires féminins.

L'étude de Garnier et Gasse (1984), au Québec, nous permet de comparer la création d'emplois dans les entreprises à propriétaires masculins avec les résultats observés par le MIC (1986) dans les entreprises à propriétaires féminins. Dans ce dernier cas, 14,8 % emploient 26 personnes et plus, tandis que dans l'échantillon masculin, 56,6 % des entreprises emploient 26 personnes et plus (voir Tableau 11). La différence significative entre ces deux pourcentages indique que les entreprises des femmes sont encore beaucoup plus petites que celles de leurs homologues masculins dans la même province. Ces données ne nous permettent pas d'être aussi enthousiastes que White, mais nous pouvons oser espérer que si les Canadiennes continuent de créer chaque année plus d'entreprises que les hommes, un jour les femmes auront moins de difficulté à trouver un emploi, du moins dans les secteurs féminins.

Tableau 11. Comparaison du nombre d'emplois créés par les entreprises à propriétaires masculins et féminins au Québec

Garnier et Gasse (1984) N = 29		MIC (1986) N = 1698	
propriétaires masculins	**%**	**propriétaires féminins**	**%**
10 à 25 emplois	43,3	aucun emploi	19,7
26 à 49	30,0	1 à 9	45,0
50 à 99	13,3	10 à 25	19,7
100 à 249	13,3	26 à 49	7,8
		50 à 99	4,2
		100 et plus	2,8
Total	**99,9**		**99,2**

Note : Nous n'avons pas de données comparatives similaires dans les autres études.

Capital de départ investi

Les seules données existantes qui nous révèlent la somme du capital utilisé par les femmes pour se lancer en affaires sont des recherches québécoises et manitobaines. Ces données semblent démontrer que 40 à 50 % des Québécoises démarrent leur entreprise avec moins de 5 000 $ (voir Tableau 12) et que les entrepreneures manitobaines le font avec encore moins de capital. Les données sont inexistantes dans les autres provinces.

Tableau 12. Capital de départ investi par les entrepreneures québécoises, comparé à celui des entrepreneures manitobaines

	Lavoie (1984)$_b$ (Québec)	Suek et al. (1983) (Manitoba)
	%	%
Moins de 5 000 $	41,3	55
5 000 à 10 000 $	20,6	12
10 001 à 15 000 $	9,5	17*
15 001 à 25 000 $	7,9	
25 001 à 40 000 $	4,8	12
40 001 à 100 000 $	5,8	
Total	89,9**	96**

Notes : * 17 % de l'échantillon manitobain ont investi entre 10 000 $ et 30 000 $.

** Ces chiffres ne totalisent pas 100 % parce que certaines propriétaires n'ont pas répondu à la question.

L'étude de Lavoie (1984)$_b$ dans le secteur manufacturier suggère que l'importance du capital investi serait fonction des secteurs d'activités. C'est surtout dans les secteurs du bois, des produits chimiques et de l'imprimerie que les entrepreneures ont réussi à lancer leur entreprise avec un capital inférieur à 5 000 $. Dans les secteurs du caoutchouc et des équipements de transport, les entreprises ont nécessité un capital initial d'au moins 25 000 $. Dans les secteurs de l'alimentation, du papier, du meuble, de l'habillement, du textile et autres, l'échelle varie : les entrepreneures peuvent avoir investi un capital initial de l'ordre de 5 000 $ à 100 000 $ et plus. Étant donné que la majorité

de ces entreprises existent en moyenne depuis moins de dix ans, on peut s'étonner qu'elles aient pu démarrer avec si peu de capital et supposer que leurs propriétaires n'ont pas dû se verser des salaires substantiels les premières années.

Sources de financement

Les recherches tendent à démontrer que le succès des entreprises n'est pas le fait de la chance mais plutôt celui du risque et que bon nombre d'entrepreneures ont dû largement puiser dans leurs épargnes personnelles pour se lancer en affaires, rognant ainsi sur leur unique source de sécurité financière pour la retraite (voir Tableau 13).

Tableau 13. Sources de financement du capital de départ des entrepreneures du Québec et des Maritimes

Rose-Lizée (1984)		Lavoie (1984)		Stevenson (1984)*	
	%		%		%
Prêts commerciaux	48	Prêts commerciaux	11	Prêts commerciaux	56,0
Épargnes des conjoints	73	Épargnes personnelles	52	Épargnes personnelles	48,0
Épargnes familiales	33	Épargnes familiales	19	Épargnes familiales	19,0
Prêts d'amis	33	Prêts de la parenté	8	Prêts d'amis et parenté	21,0
Financement par actions	3	Autres	5	Prêt, capital de risques	0,5
Prêts des gouvernements	3			Prêt du gouvernement provincial	7,0
Subventions gouvernementales	2			Prêt du gouvernement fédéral	6,0
				Autres	9,0
Total	195**		95		166,5**

Notes : * Stevenson remarque qu'une seule femme a reçu un prêt de la Banque fédérale de développement.
** Certaines ont eu accès à plus d'une source de financement.

Collom (1982) rapportait que parmi les femmes chefs d'entreprises de son échantillon du sud de l'Ontario qui avaient fait une demande d'aide à un établissement financier, seulement 6 % se sont vu refuser le prêt. Selon lui, il ne semble pas y avoir de discrimination envers les femmes chefs d'entreprises des milieux urbains. Il note toutefois que cette conclusion n'est pas nécessairement valable pour les femmes propriétaires, ou ayant l'intention de le devenir, qui résident dans des plus petits centres. Il fait aussi remarquer que les entreprises semblaient en mesure d'assurer elles-mêmes leurs besoins financiers d'exploitation, les fournisseurs et les banques ne jouant qu'un rôle auxiliaire.

Pourtant, la majorité des autres études sur l'entrepreneuriat des femmes démontrent qu'elles sont loin d'être privilégiées ou appréciées par les institutions financières. Même les recherches menées par Collom (1982) en Ontario pour le Secrétariat fédéral de la petite entreprise ainsi que celles du U.S. President's Task Force sur les entrepreneures de petites entreprises, concluent que les femmes utilisent surtout leurs propres capitaux et leurs économies personnelles quand elles lancent une entreprise, non pas par choix mais parce qu'elles n'ont pas d'alternative. White (1984), un autre chercheur ontarien, fait remarquer que cela peut indiquer soit que les femmes craignaient de la discrimination de la part des institutions financières, soit que ces institutions ont fait une piètre commercialisation de leurs services auprès des entrepreneures.

Dans le même ordre d'idées, l'étude de Lavoie $(1984)_b$ révélait que seulement 11,7 % des femmes de son échantillon du secteur manufacturier qui ont voulu se lancer en affaires ont pu obtenir un prêt commercial au départ. Une fois l'entreprise lancée et en pleine croissance, et quand elles se sont de nouveau adressées aux institutions financières, 20,6 % de celles qui ont fait la demande ont pu obtenir un prêt commercial (voir Tableau 14). Il semble que, tout comme leurs homologues masculins, ces propriétaires-dirigeantes de petites entreprises ont dû faire leurs preuves et bâtir leur crédibilité sur le plan financier avant d'être considérées comme de bons risques. Stevenson (1984) rapporte que sur 75 % des femmes qui ont fait une demande de crédit bancaire, 19 % ont essuyé un refus. Les raisons de ces refus sont illustrées au Tableau 15.

Tableau 14. Deuxième source de financement des entreprises chez les entrepreneures du Québec

Source de financement	%
Prêts commerciaux	20,6
Prêts d'amis	3,2
Épargnes familiales	1,6
Prêts de la parenté	9,5
Subventions provinciales	3,2
Fonds de roulement	50,0
Autres	1,6
Total	89,7*

Source : Lavoie $(1984)_b$
Note : * Plusieurs n'ont pas répondu à la question.

Tableau 15. Facteurs ayant influencé le refus du crédit bancaire demandé, selon l'opinion des entrepreneures des Provinces maritimes

Facteur	%
Manque de garanties	13,0
Aucun antécédent positif de crédit	6,5
Antécédents de crédit négatifs	--
Aucun profil antérieur de crédit	2,2
Banque n'ayant jamais prêté à une petite ou nouvelle entreprise	28,2
Hésitation à prêter à une femme chef d'entreprise	28,2
Demande de prêt mal préparée	4,4
Autres raisons	17,4
Total	99,9

Source : Stevenson (1984) p. 68.

Encore une fois, nous avons la confirmation que plus de la moitié des femmes chefs d'entreprises sont (ou se croient) pénalisées d'abord parce qu'elles sont nouvellement arrivées dans l'entrepreneuriat, ensuite parce qu'elles sont femmes. Malgré tout, Stevenson (1984) nous assure qu'elles n'ont pas le sentiment d'avoir des problèmes significatifs avec les institutions financières. Elles considèrent même que les banquiers sont très coopératifs et qu'ils leur offrent aide et assistance pour préparer leur dossier. Cette relation d'affaires, selon Stevenson, n'est pas vécue comme contraignante ou nécessitant des changements majeurs. De toute façon, les banques sont nombreuses et les entrepreneures peuvent toujours aller frapper à une autre porte. Nous ne comprenons pas pourquoi il semble y avoir une différence si significative sur ce sujet entre les entrepreneures du Québec et celles des Provinces maritimes.

Une étude de Knight (1984) nous permet de comparer le sort des entrepreneures avec celui des hommes chefs de petites entreprises canadiennes. Son étude auprès de 62 firmes de l'Ontario (56 % de l'échantillon), des provinces de l'Ouest (24 %), du Québec (15 %) et des Provinces maritimes (1 %), démontrait que c'est le sort courant des petites entreprises de se voir refuser du financement, surtout par les prêteurs spécialisés dans le capital de risque. En moyenne, 15 % seulement reçoivent du financement et 60 % au moins se le voient refuser. Knight a ensuite essayé de voir vers quels bailleurs de fonds ces firmes se tournaient par la suite et quels étaient les résultats de ces démarches (voir Tableau 16). Même à la deuxième demande, 14 % des chefs de petites entreprises canadiennes subissaient un autre refus. Ces entrepreneurs se plaignaient surtout de l'attitude négative et conservatrice des investisseurs de capital de risque et leur ignorance des besoins et du potentiel des petites entreprises. Il semble que les firmes de moins de cinq ans d'existence n'ont quasi aucune possibilité d'obtenir du capital de risque. Même les bailleurs de capital de risque admettent qu'ils rejettent 98 % des demandes qui leur sont adressées. Et les firmes qui parviennent à obtenir des fonds d'autres sources n'obtiennent que la moitié de ce qu'elles avaient demandé.

Tableau 16. Autres sources de financement approchées après un refus et raisons du second refus

Sources approchées		Financement obtenu	Raisons du second refus	
	%	%		%
Banques	52	23	Montants demandés insuffisants	17
Investisseurs individuels	42	26	Revenus de l'entreprise insuffisants	17
Banque fédérale de développement	40	15	Secteur peu recommandable	13
Programme du gouvernement provincial	39	16	Instabilité de l'économie	10
Programme du gouvernement fédéral	34	18	Prix du nouveau produit trop élevé	10
Small Business Development Corporation	27	11	Risques trop élevés	10
Placements privés	24	13	Incompétence des gestionnaires	6
			Manque d'intérêt pour le projet	17
Total	**258***	**122***		**100**

Source : Knight (1984), pp. 22, 24-25.
Note : * Plusieurs entreprises ont approché plus d'une institution.

Tableau 17. Sommes de capital de risque ordinairement recherchées

Capital de risque	%	
Moins de 250 000 $	19	
250 000 à 1 000 000 $	37	
1 000 000 à 3 000 000 $	30	Moyenne = 2 875 000 $
3 000 000 $ et plus	14	
Total	**100**	

Source : Knight (1984), p. 21 .

Cet état de choses explique en partie pourquoi les entreprises de femmes, qui ont souvent moins de cinq ans d'existence et dont le chiffre d'affaires est toujours inférieur à celui qu'apprécient les bailleurs de capital de risque, sont doublement pénalisées. Ces femmes ont rarement besoin des montants susceptibles d'intéresser les prêteurs, soit des sommes approchant le million, comme l'a démontré Knight (1984) dans son étude (voir le Tableau 17). La majorité des entreprises des femmes étant très petites, elles ont très peu de chances de bâtir leur crédit auprès des bailleurs de fonds (on sait que les petites entreprises sont des entités à risque élevé puisque 55 % d'entre elles ont une espérance de vie de moins de 5 ans et 80 % une espérance de vie de moins de 10 ans).

La plupart des entreprises, que le propriétaire-dirigeant soit masculin ou féminin, démarrent avec pour seul capital celui du ou des propriétaires. Avant la fin de la première année, un urgent besoin d'un nouveau capital externe se fait sentir. Les prêteurs de capital de risque affirment que les femmes ne vont jamais les voir à ce moment-là, sous prétexte qu'elles ont été intimidées par les expériences malheureuses de leurs homologues masculins. De plus, le marché financier, dans sa structure actuelle, ne répond pas adéquatement à la plupart des besoins financiers des entreprises des femmes. Non seulement elles sont exclues des marchés des actions et des obligations à cause d'un volume d'affaires insuffisant ou de la jeunesse de leur entreprise (les coûts d'entrée à la Bourse de Montréal sont de plus d'un demi-million), mais leur part des crédits bancaires traditionnels est menacée avec chaque hausse des taux d'intérêt, comme c'est le cas pour n'importe quelle petite entreprise. Le chercheur Naciri (1985) considérait, à partir des données de la Banque du Canada, que même si les petites entreprises assument 22 % des ventes et 42 % des emplois du secteur commercial au Canada, elles n'ont profité, en 1983, que de 37 % de l'ensemble des crédits bancaires accordés à l'économie ainsi que de moins de 30 % de l'ensemble des moyens de financement. Naciri conclut que :

> . . . en réalité, deux possibilités de financement uniquement subsistent pour la PE désireuse de financer sa croissance : l'autofinancement ou l'endettement bancaire. Là encore, la PE doit faire preuve de prudence et n'opter que pour un taux de croissance qu'elle est capable de financer[14].

L'étude de la Colombie-Britannique (B.C. Women's Programs, 1986) démontre que ce sont surtout les jeunes entrepreneures qui ont de la difficulté à obtenir un capital de départ. Ces données sont reproduites au Tableau 18. La même étude suggère que les femmes chefs d'entreprises de la Colombie-Britannique qui n'ont jamais été mariées considèrent aussi qu'elles ont plus de difficulté à obtenir du capital que les veuves, les femmes divorcées ou séparées.

Tableau 18. Pourcentage des entrepreneures de la Colombie-Britannique, par groupes d'âge, qui n'ont pas pu obtenir de financement au départ

Groupes d'âge	N	%
15 à 24 ans	20	84,2
25 à 34	209	67,9
35 à 44	203	62,7
45 à 54	107	54,7
55 à 64	51	44,4
65 ans et plus	14	39,2

Source : Adapté d'après l'étude du B.C. Women's Programs, 1986, p. 17. Les études des autres provinces n'ont pas fait les mêmes comparaisons.

Rentabilité des entreprises

Les statistiques canadiennes disponibles sur le revenu des entreprises datent de 1983. Le Tableau 19 démontre que les entreprises enregistrées à propriétaires masculins génèrent en moyenne plus de revenus que celles des femmes. Cela n'indique pas nécessairement que ces entreprises soient plus rentables, puisque la rentabilité est fonction du capital investi. Aucune des treize études citées n'a calculé le retour sur l'investissement. Nous savons, cependant, que les femmes investissent en moyenne moins de capital au départ. Il se pourrait alors qu'elles enregistrent une rentabilité supérieure, malgré des revenus inférieurs, en moyenne, à ceux des hommes. Les femmes étant moins présentes dans le secteur manufacturier, où les possibilités de revenus et de

profits sont plus grandes, cela peut en partie expliquer leur performance inférieure. Ces entreprises sont aussi beaucoup plus jeunes et beaucoup plus petites; leur potentiel de profit est ainsi plus limité.

Tableau 19. Revenu imposable total des propriétaires chefs d'entreprises enregistrées

	FEMMES		HOMMES	
Année	Revenu imposable	Moyenne	Revenu imposable	Moyenne
1979	617 426 $	12 382 $	4 388 914 $	17 423 $
1980	747 251	13 284	4 639 745	18 634
1981	880 736	14 159	4 752 103	19 624
1982	901 254	14 852	4 395 607	20 504
1983	946 862	15 017	4 716 043	21 266

Source : Revenu Canada, Impôt, *Statistique fiscale*, Tableau 12 pour les années 1979 à 1983.

Une autre étude ontarienne plus récente semblait démontrer que les entrepreneures ont plus de succès que leurs homologues masculins (White, 1984). Ayant répété en 1983 une étude de 1979 auprès de 486 entreprises dirigées par des hommes et 1 364 entreprises dirigées par des femmes, White trouva que seulement 25 % (N=123) des entreprises masculines étaient encore en exploitation en 1983, contre 47 % (N=644) des entreprises dirigées par des femmes. En comparant plusieurs facteurs présents ou absents dans ces entreprises, le chercheur soulevait l'importance des quatre points suivants :

ENTREPRISES À SUCCÈS	ENTREPRISES À ÉCHECS
1. 6 à 10 mois avaient été consacrés à l'étude préalable et à l'élaboration du projet d'entreprise.	1. 4 mois avaient suffi pour faire les études préalables et mettre l'entreprise sur pied.
2. 90 % des entrepreneurs avaient eu recours à des conseillers professionnels (avocats, comptables) pour organiser leur entreprise.	2. 25 % seulement des fondateurs avaient eu recours à des conseillers professionnels.
3. 70 % des femmes disaient avoir suivi des cours reliés aux affaires avant de lancer leur entreprise. Elles consultaient régulièrement des ouvrages et périodiques traitant de gestion, d' économie et de marketing.	3. 10 % des entrepreneurs avaient suivi des cours ou lu des publications sur les affaires de façon régulière.
4. 50 % et plus des propriétaires ont visé des revenus modestes (12 000 $) pour la première année d'exploitation.	4. 36 % des propriétaires visaient un revenu de 40 000 $ la première année et un revenu plus appréciable après 3 ans.

Source : Résumé de White, 1984, p. 134.

White ajoute :

> . . . en général, les propriétaires chefs d'entreprises encore actifs disposaient d'un meilleur financement que leurs homologues et leur dette totale était moins élevée par rapport à leur capital. Les propriétaires toujours en affaires étaient en général plus scolarisés et plus âgés que ceux qui avaient échoué[15].

On pourrait également imputer à un manque de planification stratégique initiale le revenu inférieur des entreprises des femmes. Une des études du Québec (Lavoie, 1984_b) indique en effet que 47,6 % des entrepreneures de l'échantillon du secteur manufacturier avaient lancé leur entreprise sans planification préalable ou après une planification de quelques semaines seulement (Tableau 20).

Tableau 20. Planification allouée à la mise sur pied d'une entreprise dans le secteur manufacturier du Québec

Planification	%
Aucune	12,7
Quelques semaines	34,9
Quelques mois	25,4
Plus d'un an	12,7
Plus de deux ans	7,9
Total	93,6*

Source : Lavoie $(1984)_b$ données non publiées.
Note : * Plusieurs n'ont pas répondu à la question.

On constate avec surprise que pour plusieurs des femmes de l'échantillon, la mise sur pied de leur entreprise correspondait plus à un coup de tête qu'à une démarche rationnelle. Malheureusement, aucune étude québécoise ne nous permet de comparer la rentabilité des entreprises des femmes avec celles des hommes. Nous savons cependant que les coûts d'exploitation des entreprises manufacturières à propriété et direction féminines se comparent assez bien à ceux des autres entreprises de la même industrie (Lavoie, 1984_b, p. 15). En moyenne, 26 % à 40 % des frais sont des coûts de production et seulement 14,2 % des entreprises de l'échantillon enregistraient des coûts de production supérieurs à 61 %. Il semble donc que les manufacturières du Québec aient réussi à se donner une bonne marge de manoeuvre quant au coût d'exploitation. La même étude indiquait que 30 % d'entre elles avaient doublé et jusqu'à quintuplé le chiffre d'affaires de l'année précédente, 49 % avaient le même et seulement 11 % avaient un chiffre d'affaires inférieur à celui de l'année précédente. Il faut se rappeler que les entreprises canadiennes venaient de traverser une des pires crises économiques de leur histoire. Les entrepreneures québécoises, comme celles de l'Ontario, semblent s'être bien tirées d'affaires malgré cette période difficile. Le Tableau 21 indique cependant que ce sont surtout les entreprises dont le chiffre d'affaires se situe entre 50 000 $ et 75 000 $, ainsi qu'entre 200 000 $ et 300 000 $, qui ont le plus souffert.

Tableau 21. Évolution du chiffre d'affaires des entreprises manufacturières des femmes au Québec sur une période de 5 ans

	1979 %	1983 %	Différence
Moins de 50 000 $	18,8	18,8	0
50 000 à 75 000 $	12,5	8,4	-4,1
75 001 à 100 000 $	9,4	8,4	-1,0
100 001 à 200 000 $	6,2	12,6	+6,4
200 001 à 300 000 $	8,0	4,2	-3,8
300 001 à 500 000 $	3,2	12,6	+9,4
500 001 à 1 000 000 $	4,8	9,6	+4,8
1 million $ et plus	6,4	11,2	+4,8
Total	**69,3**	**85,8**	

Source : Lavoie (1984), données non publiées d'une étude longitudinale. Les autres études n'ont pas fait semblables comparaisons avec leurs données.

Ces données confirment celles de White (1984), mentionnées plus haut, suggérant que plus le chiffre d'affaires est élevé, plus la réussite est facile. Les 33,4 % des entreprises qui enregistraient un chiffre d'affaires supérieur à 300 000 $ l'avaient augmenté en moyenne de 5 % tandis que celles dont le chiffre d'affaires était inférieur à 300 000 $ l'avaient vu diminuer de 1 % au cours de la même période. Bien que le revenu d'une entreprise ne soit pas en lui-même indicatif de sa rentabilité, il est certain que plus le revenu est élevé, plus l'entreprise a de possibilités d'être rentable. Dans ce sens, il est rassurant de constater qu'il y a de plus en plus de femmes au sommet de la réussite.

Part du marché

Seules deux études québécoises se sont interrogées sur la part du marché (MIC, 1986; Tableau 22) ou l'emplacement du marché (Lavoie, 1984_b) des entreprises fondées et dirigées par des femmes. Les recherches de Lavoie ont révélé que 20 % de ces femmes ne semblaient pas avoir une idée juste de leur part du marché.

Tableau 22. Proportion du chiffre d'affaires des entreprises manufacturières du Québec dirigées par des femmes, par rapport au chiffre d'affaires total des entreprises manufacturières

	%
Imprimerie et édition	50,7
Minéraux non métalliques	37,0
Textile	36,0
Produits électriques et électroniques	31,0
Autres entreprises manufacturières	38,0

Source : MIC (1986). Les autres recherches n'ont pas présenté de résultats de ce genre.

Ces quelques données québécoises indiquent l'extraordinaire dynamisme des femmes dans le secteur manufacturier. Bien que leurs entreprises soient encore très jeunes, elles possèdent déjà en moyenne 22 % du marché manufacturier québécois et une augmentation se fait sentir dans le secteur de la finance (assurances, valeurs mobilières et immobilières, etc.). Les Québécoises se disent de plus en plus intéressées aux secteurs traditionnellement considérés comme masculins, et les recherches de Lavoie $(1984)_b$ sur l'emplacement du marché permettent de croire que si les entrepreneures du secteur manufacturier décidaient d'envahir le marché international, duquel elles sont pratiquement absentes, elles deviendraient rapidement des compétitrices redoutables. Pour le moment, toujours selon Lavoie $(1984)_b$, ces femmes considèrent que leurs meilleurs moyens de compétition se jouent sur le plan des prix inférieurs et

de la qualité supérieure de leurs produits. Elles semblent se préoccuper beaucoup moins de l'image de marque et du design du produit.

Barrières initiales

Outre les problèmes financiers déjà mentionnés et les difficultés d'obtenir un statut équitable quant à la propriété de l'entreprise, les femmes entrepreneures ou coentrepreneures doivent souvent se débrouiller avec beaucoup moins d'expérience dans les affaires que leurs homologues masculins, moins d'entrées dans les réseaux du monde des affaires et moins d'accès à l'information. En effet, les services et programmes offerts par les gouvernements ou sociétés provinciales et fédérales sont souvent mal utilisés par les femmes chefs d'entreprises. Les raisons le plus souvent invoquées sont qu'elles en ignorent l'existence ou les connaissent mal, qu'ils changent trop souvent pour leur être de quelque utilité et que trop peu de ces programmes sont au service de la petite entreprise. Le fait que certains programmes gouvernementaux ne s'appliquent pas aux secteurs où semblent se concentrer les entreprises des femmes peut également expliquer cette lacune. Quant aux campagnes d'information entreprises par plusieurs gouvernements, elles n'ont pas pleinement réussi à les aider.

Ce sont les fournisseurs qui semblent être leurs meilleurs alliés, comme le rapporte l'étude de Collom (1982). Les amis sont cités comme étant très utiles dans la majorité des cas, tandis que les gouvernements et les établissements bancaires obtiennent typiquement un classement très faible, sauf dans l'étude de Stevenson (1984).

Forces et faiblesses des entreprises

En dégageant les forces et les faiblesses des entreprises des Canadiennes, nous avons pu constater les faits suivants :

FORCES	FAIBLESSES
1. On trouve des entreprises de femmes dans tous les secteurs d'activités.	1. Beaucoup ne peuvent assumer les frais d'incorporation et la majorité des entreprises ne sont qu'enregistrées.
2. C'est dans le secteur manufacturier qu'elles sont le plus rentables.	2. La majorité ont un chiffre d'affaires inférieur à 50 000 $.
3. Dans certaines provinces, elles ont conquis plus de la moitié du marché dans un secteur ou plus, tel que l'imprimerie.	3. Plus de la moitié des entrepreneures sont actionnaires minoritaires.
4. Elles créent beaucoup d'emplois pour les femmes et encouragent surtout les femmes fournisseurs.	4. Ce sont de jeunes entreprises qui n'ont en moyenne que 2 ou 3 employés.
5. Elles ne sont pas aussi rentables que celles des hommes mais semblent avoir plus de pouvoir de survie.	5. La majorité des entrepreneures n'ont pas pu trouver plus de 5 000 $ de capital initial et plus de 50 % se sont vu refuser un prêt commercial.
6. La majorité des entrepreneures ont pris des risques (elles ont fondé leur entreprise plutôt que de simplement en hériter).	6. Les jeunes entrepreneures disent avoir plus de difficultés à bâtir leur crédit bancaire, de même que les célibataires et celles qui ne résident pas dans les milieux urbains.
7. Les fournisseurs sont leurs meilleurs alliés, ainsi que leurs amis.	7. Les entrepreneures n'ont pas assez d'information pour apprécier et utiliser les programmes gouvernementaux.

DIFFÉRENTS PROFILS D'ENTREPRENEURES

Raisons de se lancer en affaires

Les femmes dites « collaboratrices » semblent s'intéresser à l'entreprise familiale surtout parce qu'elles veulent travailler avec leur conjoint. Les autres raisons invoquées sont : être près du foyer pour pouvoir mieux éduquer leurs enfants, s'épanouir en tant que femmes et s'occuper de la maison. La vaste majorité, selon l'étude de Rose-Lizée (1984), semblent accorder la priorité à leur

mariage puisque 70,5 % ont affirmé qu'elles quitteraient l'entreprise si leur collaboration causait des problèmes de ménage.

Pour les autres propriétaires dirigeantes d'entreprises, les raisons sont plus variées, comme l'indique le Tableau 23. Cependant, les trois raisons qui semblent primer sont le désir de mieux utiliser leurs talents et compétences, d'être indépendantes financièrement et de relever un défi. On peut souligner que ces raisons comportent surtout des aspects positifs. Trente-huit pour cent des entrepreneures manitobaines[16] se lancent en affaires d'abord pour relever un défi, tandis que 22 % des autres disent que c'est pour relever un défi et réaliser une croissance personnelle. Apparemment, la raison première n'est pas liée à la difficulté de trouver un emploi ni à la perte d'un emploi. Elles veulent avant tout aller chercher ce qu'elles ne trouvent pas à la maison. Comme le souligne Stevenson (1984), pour 64 % d'entre elles, la décision fut objective et planifiée.

Tableau 23. Principales raisons ayant poussé les femmes à se lancer en affaires

Colombie-Britannique Women's Programs (1986)		Ontario Collom (1982)	
	%		%
Relever un défi, valorisation personnelle	46	Relever un défi personnel	*
		Être son propre patron	*
Indépendance financière	23	Indépendance financière	*
Total	69		*
Québec MIC (1985)		**Provinces maritimes Stevenson (1984)**	
	%		%
Relever un défi	44	Autonomie financière	16
Autonomie financière	16	Valorisation personnelle	16
Valorisation personnelle	16	Être son propre patron	16
Total	76		48

Note : * Collom (1982) mentionne les raisons prioritaires sans indiquer le pourcentage de femmes qui les ont évoquées.

Âge des entrepreneures

En 1984, l'étude de Lavoie n'avait dénombré que très peu d'entrepreneures de moins de 25 ans dans le secteur manufacturier au Québec. Grâce au programme « Bourses d'affaires »[17] du gouvernement du Québec, qui offre aux récents diplômés une subvention de 25 000 $ pour lancer leur entreprise, les jeunes entrepreneures pourraient maintenant constituer plus de 20 % de son échantillon. Les autres chercheurs canadiens (B.C. Women's Programs, 1986; Stevenson, 1984) n'ont trouvé qu'un faible pourcentage de femmes de moins de 25 ans, comme l'indique le Tableau 24. On peut aussi tenter d'expliquer le fait que les femmes de l'échantillon du Québec étaient plus âgées que celles des échantillons des autres provinces en soulignant qu'elles étaient uniquement du secteur manufacturier. Les femmes collaboratrices sont relativement plus jeunes. Puisque la majorité des entreprises concernées ont moins de cinq ans d'existence, on peut conclure que les femmes se lancent en affaires au début de la trentaine. Il sera intéressant d'évaluer le programme « Bourses d'affaires » dans quelques années et d'étudier le taux de succès ou d'échec des plus jeunes.

Tableau 24. Différents niveaux d'âges des entrepreneures canadiennes

Colombie-Britannique Women's Programs (1986)		Québec Lavoie (1984)[b]		Provinces maritimes Stevenson (1984)	
	%		%		%
15 à 24 ans	2,4	Moins de 25 ans	1,6	Moins de 25 ans	1,0
25 à 34 ans	30,8	25 à 30 ans	11,1	25 à 30 ans	10,9
35 à 44 ans	32,4	31 à 35 ans	4,8	31 à 35 ans	18,6
45 à 54 ans	11,4	36 à 40 ans	19,0	36 à 40 ans	23,5
55 à 64 ans	3,6	41 à 45 ans	17,5	41 à 45 ans	16,9
65 ans et plus	3,6	46 à 50 ans	12,7	46 à 50 ans	9,3
		50 ans et plus	27,0	50 ans et plus	10,4
Total*	84,2		93,7		90,6

Note : * Plusieurs femmes n'ont pas répondu à cette question. Les autres recherches ne mentionnent pas l'âge.

État civil des femmes chefs d'entreprises

Les recherches font mentir les croyances populaires voulant que l'entrepreneuriat des femmes soit une cause principale de la dissolution des mariages et des familles. Plus de 60 % des entrepreneures, dans les recherches canadiennes, se disent mariées. Lavoie $(1984)_b$ a même observé qu'un plus grand nombre le sont depuis la fondation de leur entreprise. Elle remarque aussi :

> . . . qu'il y a moins de célibataires (16 %) en 1984 qu'au moment de la fondation des entreprises (21 %) et un minime pourcentage auraient divorcé (4 %), ce qui est de beaucoup inférieur au taux de divorce au Québec. Par contre, 16 % seraient maintenant veuves et 1 % se seraient séparées[18].

De plus en plus, le régime matrimonial privilégié par ces femmes est la séparation de biens (Lavoie, 1984_b; Rose-Lizée, 1984), du moins au Québec (90 % des femmes). Même si ce régime a l'avantage de protéger certains biens familiaux appartenant à la femme en cas de faillite de l'entreprise, il ne reconnaît pas l'apport de la femme à l'entreprise en cas de vente, de divorce, de séparation ou même de décès si la femme n'est pas actionnaire de l'entreprise. Lorsqu'un couple est marié en séparation de biens, il devient donc doublement important d'inscrire la femme comme associée, actionnaire ou copropriétaire[19].

Hélas, comme nous l'avons démontré plus haut, la majorité des femmes collaboratrices ne possèdent aucune part dans l'entreprise et la majorité des autres ne sont pas actionnaires majoritaires. Si la charte de l'entreprise (quand il y en a une) ne définit pas ses droits et privilèges, l'entrepreneure (surtout dans les entreprises en société) se leurre en croyant que son entreprise va lui assurer la sécurité financière qu'elle recherchait au moment de se lancer en affaires. Il y aurait beaucoup à faire pour aider les entrepreneures à restructurer leur situation financière dans l'entreprise, surtout dans les entreprises enregistrées à propriétaire unique, au nom du conjoint. Dans un cas de faillite, par exemple, 33,6 %[20] des femmes collaboratrices du Québec, et même leurs enfants, pourraient tout perdre (sauf ce qui est spécifiquement protégé par les lois régissant la faillite) parce que leurs entreprises ne sont pas incorporées et qu'elles sont mariées en communauté de biens ou en société d'acquets.

Degré de scolarité

La majorité des études canadiennes ont démontré que les femmes propriétaires chefs d'entreprises ont un niveau de scolarité plus élevé que la moyenne des autres femmes en général (B.C. Women's Programs, 1986)[21], ainsi que la moyenne des hommes entrepreneurs (Rose-Lizée, 1984 et Toulouse, 1979[22]). Rose-Lizée a démontré que les femmes collaboratrices sont plus instruites que leurs conjoints et plus nombreuses à avoir terminé leurs études secondaires et collégiales, comme l'indique le Tableau 25. Selon le professeur Toulouse[23], seulement 20 % des entrepreneurs du Québec possèdent une formation universitaire.

Tableau 25. Degré de scolarité des entrepreneures

Colombie-Britannique Women's Programs (1986)		Québec Rose-Lizée (1984)	Femmes	Hommes
	%		%	%
Primaire	16	Primaire	20	27
Secondaire	20	Secondaire partiel	32	36
Collégial	25	Secondaire complet	25	17
Université en partie	27	Collégial partiel	17	14
Post-universitaire	12	Collégial complet	5	6
Total	100		99	100

Québec Lee-Gosselin et Grisé (1986)		Québec Lavoie (1984)[b]		Provinces maritimes Stevenson (1984)	
	%		%		%
Secondaire	84	Primaire	19	Primaire	2,2
Post-secondaire		Secondaire	46	Secondaire partiel	11,0
- complet	47	Collégial	11	Collégial	40,0
- partiel	38	Université	19	Université	31,0
Études spécialisée	50				
Total	219*		95		84,2

Note : * Plusieurs femmes sont incluses dans plus d'une catégorie.

Une plus récente recherche (Garnier et Gasse, 1984) démontrait que les propriétaires-chefs d'entreprises sont peut-être maintenant aussi scolarisés que leurs homologues féminines. En effet, 16,7 %[24] de l'échantillon avaient terminé le primaire, 46,7 % le secondaire, 20 % des études collégiales et 17 % des études universitaires. Cependant, en Saskatchewan, l'étude du Department of Tourism and Small Business (1986) démontrait que le niveau d'instruction des hommes entrepreneurs était plus élevé que celui des femmes. Ces données démontrent que les femmes et les hommes entrepreneurs font maintenant partie d'une élite hautement scolarisée, que dans les deux cas ils connaissent leurs « affaires » et méritent qu'on les prenne au sérieux. L'information gouvernementale ainsi que les cours spécialisés devraient s'adresser à une population instruite mais pas nécessairement spécialisée en administration des affaires, bien que ce soit le cas pour 62 % de l'échantillon de Lee-Gosselin et Grisé (1986) qui ont fait des études spécialisées.

Nombre d'enfants

Les recherches de Lavoie $(1984)_b$ dans le secteur manufacturier du Québec démontraient que les femmes avaient plus d'enfants au moment de la recherche qu'à celui de la fondation de leur entreprise, alors que 45 % étaient sans enfants. Au moment de l'étude, seulement 31,7 % n'avaient pas d'enfants. Les recherches sur les femmes collaboratrices du Québec démontrent qu'elles ont en moyenne trois enfants et les recherches de Lee-Gosselin et Grisé (1986) révèlent que 98 % ont deux enfants et plus. De ces dernières, 65 % disent assumer les responsabilités parentales en même temps que leurs occupations professionnelles. En revanche, les résultats des recherches de la Colombie-Britannique et des Provinces maritimes ne semblent pas confirmer ces données, bien que la question n'ait pas été posée de la même manière. En Colombie-Britannique, 54,2 % des femmes disent ne pas avoir d'enfants vivant à la maison, contre 44,3 % des femmes des provinces de l'Atlantique.

Ces résultats nous permettent de conclure que l'entrepreneuriat féminin ne semble pas être une entrave à la famille et que la femme d'affaires ne néglige pas pour autant ses obligations familiales. Hélas, c'est encore elle qui

a le lourd fardeau de s'occuper d'élever les enfants. Les données recueillies (Lavoie, 1984_b; Rose-Lizée, 1984) démontrent que près de 60 % des femmes s'occupent seules des enfants et seulement 21,4 % (manufacturières) à 32 % (collaboratrices) admettent recevoir de l'aide et la collaboration de leur conjoint. Il faut cependant souligner une amélioration puisque au moment de la fondation, seulement 14,7 % des manufacturières disaient pouvoir compter sur l'aide de leur conjoint. Elles ne peuvent plus autant s'en remettre aux grands-parents, mais 25 % en moyenne disent qu'elles peuvent maintenant compter sur leurs aînés; 58 % disent s'en sortir en mettant les bouchées doubles, 8 % admettent qu'elles sont débordées et très peu (10 %) ont pu embaucher des domestiques à plein temps.

Les femmes chefs d'entreprises ont donc les mêmes problèmes familiaux que les autres Canadiennes professionnelles. C'est surtout dans les milieux non urbains qu'elles semblent en souffrir le plus puisqu'il est plus difficile d'y trouver des garderies ou de l'aide domestique. Aucune recherche sur l'entrepreneuriat en général n'a encore démontré que les hommes étaient handicapés pour les mêmes raisons.

Antécédents familiaux d'entrepreneuriat

Les recherches ne s'accordent pas sur les relations entre les antécédents familiaux d'entrepreneuriat et l'entrepreneuriat féminin. Les études de Collom (1982) et de Stevenson (1984) suggèrent les possibilités d'une corrélation significative entre le désir de fonder une entreprise et le fait d'avoir dans sa famille des entrepreneurs. Cinquante-deux pour cent des femmes chefs d'entreprises des Provinces maritimes admettaient que soit leur père ou leur mère, ou les deux, étaient chefs d'entreprises ou avaient leur bureau professionnel, surtout dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration. Les statistiques américaines abondent dans le même sens. Dans le secteur manufacturier québécois, l'étude de Lee-Gosselin et Grisé (1986) démontrait que 57 % des femmes disaient avoir au moins un entrepreneur dans la famille, tandis que dans celle de Lavoie (1986), 57 % disaient n'en pas avoir. Il y a beaucoup de conjectures sur le sujet, mais rien ne prouve qu'on naît entrepreneur ou qu'on le devient. Chose certaine,

les enfants d'entrepreneurs ont déjà une longueur d'avance. Ils savent mieux ce qui les attend parce qu'ils ont pu voir de près comment on prend les décisions importantes, comment on gère des employés, quelles relations on établit avec les fournisseurs, etc. Il est à espérer que la fulgurante montée des entrepreneures aura des effets tout aussi positifs sur la relève.

Expérience antérieure de travail

Les entrepreneures, surtout les femmes collaboratrices, avaient des expériences antérieures de travail; 22 % ont occupé des emplois de bureau et près de 25 % étaient soit coiffeuses, vendeuses, serveuses, ou autres. Soixante-cinq pour cent ont travaillé pendant au moins cinq ans (Rose-Lizée, 1984). Stevenson (1984) précise que 50 % de son échantillon sentent que leur expérience et leur formation les ont bien préparées aux affaires. L'étude du MIC (1985) précise que les femmes de l'échantillon analysé ont, pour la plupart, acquis de l'expérience dans une autre entreprise pendant de nombreuses années avant de s'installer à leur compte. La majorité d'entre elles se sont perfectionnées en fonction des tâches à accomplir, grâce à des cours du soir en gestion. Collom (1982) insiste sur l'importance de l'expérience préalable et indique que, en Ontario, parmi les femmes propriétaires d'entreprises qui ont dû fermer leurs portes, seul un faible pourcentage avaient eu une expérience préalable dans le domaine des affaires .

Nous devons conclure que bon nombre de femmes chefs d'entreprises canadiennes ne se sont pas lancées en affaires à l'aveuglette et qu'elles apportent à l'entreprise des connaissances, de l'expérience et même une expertise importantes pour mener à bien une entreprise.

Compétences de gestion

Les entrepreneures travaillent de longues heures. L'étude du MIC (1985) précise que 78 % des femmes consacrent à l'entreprise plus de 40 heures; l'étude de Lee-Gosselin et Grisé (1986) confirme que 52 % des manufacturières

y mettent 50 heures et plus, et celle de Rose-Lizée (1984) sur les femmes collaboratrices démontre que 30 % en moyenne mettaient plus de 41 heures et, dans le secteur de l'agriculture, 57 % pouvaient y consacrer plus de 40 heures. Dans ce même secteur, les tâches sont surtout reliées au travail de la ferme, bien que plus de 25 % s'appliquent surtout à la tenue de livres ou au travail de secrétariat.

Dans le secteur manufacturier, les femmes remplissent surtout le rôle de présidente, directrice générale (87 % dans l'étude de Lee-Gosselin et Grisé, 1984), mais elles s'occupent également d'un ensemble d'activités de gestion comme la planification, la comptabilité et le marketing sans assumer la responsabilité totale de l'entreprise. Dans ce même secteur, la recherche de Lavoie $(1984)_b$ démontrait que les entrepreneures s'occupaient surtout de la gestion courante, de la planification, du contrôle et du financement, leurs employés s'occupant du reste. Face à leurs concurrents, elles se jugeaient beaucoup plus faibles sur le plan des moyens de financement et des immobilisations, des compétences de marketing et de publicité, des capacités de recherche et de développement. Leurs forces se situaient aux plans de la gestion des ressources humaines, de l'équipe de direction et du personnel de vente. Elles se considèrent aussi efficaces que leurs homologues masculins pour ce qui est de la délégation et du partage des tâches. Elles se plaignent en revanche de ne pas trouver ou de ne pas pouvoir embaucher de personnel compétent.

Il faut souligner qu'à peine 2 % de ces petites entreprises sont syndiquées. Les entrepreneures ont une vision assez négative du syndicalisme et perçoivent le syndicat comme un obstacle sérieux au bon fonctionnement des affaires, surtout en ce qui a trait à leur besoin de contrôle. Une femme a révélé avoir vendu toutes ses machines à coudre et donné tout le travail de couture à forfait lorsqu'elle a appris que ses employés voulaient se syndiquer. Cette peur du syndicat chez les entrepreneures influe sur la façon dont elles traitent leurs employés et plusieurs veillent à leur offrir les meilleures conditions salariales et professionnelles afin de ne pas les encourager à se syndiquer. Lee-Gosselin[25] confirmait dernièrement ces mêmes réticences à composer avec un syndicat et indiquait que plusieurs entrepreneures voulaient s'organiser pour former un nouveau type de partenariat entre patrons et employés. Très

peu de ces femmes ont suivi des cours en relations de travail et elles se sentent souvent dépourvues face à un conflit de travail.

Relations avec l'environnement

Selon Collom, la plupart des femmes chefs d'entreprises

> . . . appartenaient à une association quelconque et jugeaient que c'est utile et nécessaire pour échanger des renseignements, établir des contacts, favoriser la croissance personnelle, etc. Certains organismes précisaient que seuls les hommes étaient admis comme membres; les femmes croyaient qu'il serait pour elles avantageux du point de vue des affaires d'appartenir à ces groupes[26].

Les entrepreneures sont surtout membres de l'association de leur secteur d'activité. Cependant, moins de 20 % semblent être membres des chambres de commerce. Les propriétaires de très petites entreprises prétendent qu'elles ne leur apportent rien et constituent surtout un club social. Ce sont les comptables qui semblent surtout obtenir leur confiance. Quand elles ne prennent pas leurs décisions seules ou avec leur partenaire, 20 % disent les prendre avec leur comptable et quelquefois avec leur avocat ou d'autres gens d'affaires de leur région. L'étude de la Colombie-Britannique confirmait exactement les mêmes données.

Clés de la réussite

Mettre sur pied une entreprise, la gérer et la faire progresser n'est pas qu'une mince affaire. De Vancouver à Halifax, les entrepreneures affirment qu'il faut surtout une bonne discipline personnelle, beaucoup de persévérance et de courage et une excellente santé pour assurer le succès et l'efficacité d'une entreprise. Selon elles, ce n'est ni le besoin de dominer, ni le désir d'indépendance qui asssure le succès d'une entreprise. Le succès résulte plutôt d'un travail acharné et d'une force de caractère permettant de surmonter les épreuves et les difficultés qu'implique le travail à son propre compte. Dans

l'étude du MIC (1985), 44,3 % des femmes misaient sur les capacités de travail, 11 % sur la confiance en soi et 9 % sur les bonnes relations avec l'entourage immédiat et les gens de l'extérieur. Les qualités personnelles importantes selon ces femmes sont : la détermination (43,8 %), le goût du risque (16,7 %), le leadership (12,5 %), le désir de réussite (10,4 %), la personnalité (10,4 %) et la créativité (6,2 %). Ces facteurs semblent aussi importants pour les hommes que pour les femmes en affaires[27].

Différents types d'entrepreneures

D'après la première étude de Lavoie $(1984)_a$ sur des femmes chefs d'entreprises de la région de Montréal, trois types se dégagent d'un échantillon de 250 entrepreneures (voir Tableau 26) de différents secteurs d'activités du Québec, soit :

- **L'entrepreneure parrainée**, ainsi appelée parce qu'elle est conseillée dès le début par un mentor ou un « parrain » (les plus récentes peuvent avoir des « marraines ») qui peut être un comptable, un parent, un banquier, etc., et qui peut lui ouvrir les portes dans le secteur d'activités où elle veut oeuvrer.

- **L'entrepreneure jeune et scolarisée**, c'est-à-dire celle qui vient d'acquérir des connaissances précises et surtout théoriques dans la gestion des affaires. C'est la jeune diplômée de nos écoles de gestion qui vient de côtoyer ses futurs homologues masculins et qui a pu se mesurer à ceux qui sont traditionnellement perçus comme de futurs entrepreneurs, sachant qu'elle peut les imiter avec succès. Elle se lance en affaires seule ou conjointement avec un ou des partenaires.

- **L'entrepreneure sociale**, c'est-à-dire celle qui se trouve soudainement seule à la maison à cause du décès de son mari, d'un divorce ou parce que tous ses enfants ont quitté le foyer. Elle peut aussi avoir hérité et décider de se lancer en affaires surtout pour s'entourer. Ses priorités ne sont pas de faire de l'argent ou d'acquérir une certaine indépendance, ce qu'elle a déjà. C'est surtout de se trouver là où l'action se déroule.

Tableau 26. Trois profils d'entrepreneures du Québec

N = 250	L'entrepreneure parrainée N = 145	L'entrepreneure jeune et scolarisée N = 25	L'entrepreneure sociale N = 80
Secteur	commercial et de services, manufactures, agences de voyages et placements	surtout commercial : boutiques, magasins, etc.	secteur surtout « féminin » : salons de coiffure, de beauté, etc.
Âge à la fondation	entre 40-45 ans	entre 25-35 ans	entre 41-55 ans
État matrimonial	58 % mariées	44 % mariées	plutôt célibataires, veuves ou divorcées
Origines familiales	moins de 5 frères et soeurs	famille d'environ 5 ou 6 personnes	grande famille (plus de 5 frères et soeurs)
Instruction	la majorité sont diplômées des sciences administratives ou sociales	40 % sont diplômées des sciences administratives et 20 % des sciences humaines	la majorité n'ont pas terminé d'études collégiales
Chiffre d'affaires	45 % ont plus de 200 000 $, les autres au moins 100 000 $	43,5 % ont entre 50 000 $ et 150 000 $	50 000 $ et moins
Style de gestion	accent sur la production, le risque, le bon emploi du temps	accent sur l'administration, le sens pratique; emploi partiel	accent sur les relations sociales, le travail acharné
Salaire	40 % ont plus de 40 000 $	30 % ont moins de 10 000 $ et la moyenne reçoit 25 000 $	entre 10 000 $ et 20 000 $
Nombre d'employés	plus de 10	seulement 15 % en ont plus de 5	en moyenne, plus de 6
Aides conseils	45 % ont un conseiller et reçoivent beaucoup d'aide	reçoivent et demandent peu de conseils	ne sont pas portées à consulter des experts

Influence du conjoint	52 % sont fortement influlencées	30 % sont influencées	surtout influencées par leurs enfants, en l'absence du conjoint
Délégation des responsabilités	ont le sens de la délégation; 57 % se consacrent surtout à la planification	66 % s'occupent de tout, y compris la formation des employés	aucune délégation; prennent toutes les décisions majeures

Source : Adapté de Lavoie (1984)$_a$. Ces différentiations ont été dégagées à l'aide de l'analyse multidimensionnelle et des corrélations.

Les plus récentes recherches sur l'entrepreneuriat féminin suggèrent que ces profils sont encore valables. Des retouches s'imposent quant à la jeune entrepreneure, surtout la récente diplômée du Québec qui a pu bénéficier du programme « Bourses d'affaires » du gouvernement. Elle est maintenant relativement plus jeune, comme nous l'avons déjà mentionné, et elle est beaucoup plus présente dans le secteur manufacturier, encouragée par « Bourses d'affaires »; elle est plus souvent célibataire mais vivant avec un partenaire, et elle a plus d'employés. Son chiffre d'affaires est aussi beaucoup plus élevé. Ce sont surtout les jeunes qui parlent de l'importance de la qualité de vie au travail et du travail en équipe.

Puisque aucune recherche canadienne n'a encore été faite concernant les entrepreneures des groupes minoritaires, il va de soi que l'on pourrait fort bien découvrir de nouveaux types d'entrepreneures en explorant cette voie. Nous en connaissons beaucoup parmi les groupes ethniques mais elles n'ont pas encore pu partager avec nous leurs formules gagnantes ou leurs difficultés particulières.

Sources de perfectionnement

Beaucoup de femmes chefs d'entreprises déplorent de ne pas faire partie, ou peu, des réseaux d'affaires et d'information. Elles voudraient siéger davantage à des conseils d'administration dans d'autres entreprises, faire partie de comités auxquels siègent leurs homologues et participer à des missions

commerciales qui leur donneraient la possibilité d'élargir leurs horizons. Les entrepreneures se plaignent que seules les chambres de commerce et leurs associations professionnelles peuvent actuellement les renseigner sur le monde des affaires. Si elles ne sont pas récemment diplômées des écoles de commerce et de gestion ou d'ingénierie, où elles ont pu établir les bases de futurs réseaux d'affaires, l'information (celle des gouvernements surtout) leur arrive trop tard pour leur être utile[28].

Plusieurs cours de formation ont été conçus pour les entrepreneures ou les femmes qui veulent le devenir. Ces cours se donnent en général le jour, dans les centres urbains et dans les collèges[29]. Les femmes qui ont un emploi à plein temps, ou qui sont loin des milieux urbains, ou qui n'ont pas la scolarité de base pour être acceptées dans les collèges ne peuvent en profiter. Plusieurs de ces cours sont aussi fort coûteux. Les entrepreneures disposent de très peu de temps pour suivre ces cours parce que la majorité d'entre elles gèrent en réalité deux entreprises : l'entreprise commerciale et la famille.

Pourtant, c'est un métier qu'elles aiment. Lavoie $(1984)_b$ rapporte que 96 % étaient satisfaites de leur décision de se lancer en affaires et de leur choix du secteur d'activités. Si c'était à refaire, près de 90 % referaient probablement la même démarche. Près de 70 % souhaiteraient avoir eu au préalable une formation en gestion et plusieurs souhaiteraient pouvoir suivre des cours, surtout en comptabilité, en finance, en marketing et dans l'exportation et le commerce international.

Forces et faiblesses du profil des entrepreneures

À l'origine, les femmes chefs d'entreprises sont surtout motivées par un désir de relever un défi et de se valoriser. Outre l'indépendance financière qui les attire, elles veulent surtout aller chercher ce qu'elles ne trouvent pas à la maison. Elles s'accordent pourtant à dire que l'entrepreneuriat n'est pas pour les faibles et qu'il faut de la « personnalité » pour réussir.

On peut résumer cette étude en soulignant les forces et les faiblesses du profil de l'entrepreneure. Ensuite, pour conclure, nous dégagerons les initiatives nécessaires pour répondre aux besoins les plus pressants des entrepreneures.

FORCES

1. Les entrepreneures sont de plus en plus jeunes.
2. Elles semblent apprécier leur vie de couple et être satisfaites de pouvoir s'occuper de leur entreprise sans trop lui nuire.
3. Plus de conjoints participent au soin des enfants mais les femmes assument encore la plus grande responsabilité.
4. Elles sont de plus en plus scolarisées.
5. La moitié sont issues de familles d'entrepreneurs et apprécient cette expérience du monde des affaires.
6. Leurs compétences de gestion sont axées sur les ressources humaines, la qualité de leur équipe de gestion et leur force de vente.
7. Elles font souvent des comptables leurs meilleurs alliés. Elles peuvent aussi faire appel à l'expertise de leur avocat et de gens d'affaires de leur région.
8. Elles se perçoivent comme ayant la discipline, la détermination et l'énergie requises pour mener à bien leurs affaires.
9. Elles aiment leur métier et réitéreraient volontiers le choix qu'elles ont fait de se lancer en affaires.

FAIBLESSES

1. Elles sont mariées en séparation de biens et ainsi très peu protégées si elles ne sont pas aussi actionnaires importantes.
2. Elles doivent consacrer en moyenne plus de 50 heures par semaine à la gestion de leur entreprise et ont peu de loisirs.
3. Elles souhaitent améliorer leurs connaissances et leurs compétences en marketing, finance, comptabilité et commerce international.
4. Elles admettent des faiblesses quant à leurs budgets de publicité, de recherche et développement, et à leurs immobilisations. Elles aimeraient suivre des cours d'administration et d'entrepreneuriat.
5. La gestion courante occupe beaucoup de leur temps. Elles souhaiteraient consacrer plus de temps à la gestion stratégique.
6. Les gouvernements leur sont très peu utiles. Elles ne reçoivent pas l'information ou l'aide à temps parce qu'elles ne sont pas assez connues ou appréciées.
7. Peu d'entre elles sont membres d'une chambre de commerce. Elles ne savent pas l'utiliser à leur avantage.
8. Souvent, les sources de perfectionnement ne sont pas à leur mesure et ne répondent pas à leurs besoins de connaissances spécialisées.

CONCLUSION

Besoins à combler et initiatives souhaitables

C'est en faisant le tour des études, des activités et des initiatives canadiennes dédiées à l'entrepreneuriat qu'on peut se rendre compte du peu de données existantes dans ce domaine, surtout dans les provinces de l'ouest. Ces données, en majeure partie, ne nous permettent pas de distinguer les problèmes des femmes propriétaires et dirigeantes uniques d'entreprises, des copropriétaires ou des collaboratrices. La minceur des budgets alloués à ces recherches n'a pas permis de mesurer les corrélations qui ajouteraient aux résultats les précisions dont nous aurions besoin. Nous ne savons pas, par exemple, quels sont les besoins précis des entrepreneures dans les différentes étapes du développement de leur entreprise. Ces besoins peuvent se situer aussi bien sur le plan des connaissances différentes en gestion que des compétences ou des ressources. Le gouvernement américain subventionne des recherches permanentes sur l'entrepreneuriat afin d'établir des données portant sur une longue période.

> **Initiative 1 :** Trouver les moyens et l'argent nécessaires pour poursuivre des recherches sérieuses, cohérentes et longitudinales sur l'entrepreneuriat des femmes partout au Canada. Établir un centre national d'information sur l'entrepreneuriat des femmes afin de développer et maintenir une banque de données récentes et à jour sur elles et sur leurs activités.

Puisque 20 % des entrepreneures se lancent en affaires après avoir terminé des études primaires seulement, l'entrepreneuriat pourrait aussi être enseigné à ce niveau. Ainsi, les femmes qui ne sont pas motivées à poursuivre leurs études y trouveraient peut-être un intérêt, au lieu d'abandonner prématurément l'école. Il n'est pas plus difficile d'apprendre les premières notions de la tenue de livres que d'apprendre l'algèbre! Quelques écoles ont pris des initiatives dans ce sens qui ont eu pour résultat de soulever chez les jeunes un nouvel enthousiasme pour l'entrepreneuriat. Certaines institutions financières ont même préparé plusieurs documents qui expliquent de façon simple et concrète les notions essentielles reliées à la création d'une entreprise.

Initiative 2 : Inciter les gouvernements et les bailleurs de fonds à concevoir des documents et de l'information plus pertinents pour les futures entrepreneures et plus particulièrement pour les jeunes du primaire. Ils devraient aussi trouver les moyens d'améliorer la commercialisation de leurs services auprès d'une population féminine et d'une population jeune. Informer les femmes sur les sources de financement disponibles pour les femmes et leurs entreprises.

L'université Laval, au Québec, a réalisé, en 1986, une expérience assez innovatrice dans la formation populaire à l'entrepreneuriat. Chaque week-end, pendant un semestre, l'université a acheté une page complète du journal *Le Devoir*, réservée aux divers moyens d'élaborer un plan d'entreprise. Les personnes intéressées à se lancer en affaires étaient invitées à suivre la démarche de semaine en semaine et à soumettre leur plan d'affaires à la fin de la saison. Une bourse de 25 000 $ était attribuée à la personne qui avait soumis le meilleur plan d'affaires. Cette initiative a donné la fièvre de l'entrepreneuriat à tout un groupe de jeunes, et même à leurs parents. En ce qui concerne la formation, la Banque fédérale de développement, la YWCA de Montréal et le ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec ont conçu des cours sur les différentes dimensions de l'entrepreneuriat et des centaines de femmes les ont suivis avec succès.

Initiative 3 : Trouver d'autres moyens que les milieux collégiaux et universitaires pour faire de l'éducation populaire en entrepreneuriat, utiliser même la télévision ou une ligne ouverte à la radio pour répondre aux besoins de celles qui voudraient se lancer en affaires.

Les femmes entrepreneures sont très souvent isolées, prises entre leur entreprise et leur famille, et il faut encourager les groupes et les associations qui essaient de les réunir sous la bannière de l'entrepreneuriat. C'est ainsi qu'elles peuvent échanger non seulement leurs cartes d'affaires mais aussi leurs formules gagnantes et discuter des problèmes qui ne sont pas encore résolus. Ces femmes sont les modèles dont les jeunes ont besoin. On parle rarement d'elles dans les journaux et le matériel pédagogique employé dans les universités et les collèges est encore à contenu si traditionnellement masculin qu'il ne fait qu'encourager les stéréotypes. Rares sont les occasions où un cas de femme présidente de sa propre entreprise est présenté pour discussion péda-

gogique. Il faut encourager la publication de livres et d'articles sur les femmes et inciter la publicité à être plus positive à l'égard des femmes chefs d'entreprises. En outre, il faudrait créer un événement pour souligner et célébrer l'apport exceptionnel des femmes dans le milieu des affaires.

> **Initiative 4 :** Trouver les budgets pour concevoir du matériel pédagogique (des cas, des films) ayant un plus grand contenu entrepreneurial féminin. Trouver aussi les moyens pour encourager la formation d'associations d'entrepreneures. Présenter des modèles d'entrepreneures dans les journaux. Mettre au point un mécanisme (médaille, prix d'excellence) pour reconnaître publiquement les efforts et l'excellence des femmes chefs d'entreprises de même que les personnes ou les institutions qui essaient de leur venir en aide.

Les femmes propriétaires d'entreprises ont en moyenne un revenu inférieur à celui de leurs homologues masculins si l'on examine les statistiques qui comparent les revenus de ces entreprises sans tenir compte du capital investi. Puisque les femmes démarrent leur entreprise avec très peu de capital, on découvrirait peut-être que leurs entreprises sont des plus rentables si on pouvait en calculer le retour sur investissement. Aucune recherche ne s'est penchée sur le sujet. Il nous faudrait savoir comment les entrepreneures se débrouillent après cinq ans d'activités et comment elles réagissent à la croissance de leur entreprise. Évitent-elles intentionnellement l'expansion? S'abstiennent-elles d'émettre des actions sur le marché public? Quelles stratégies ont employées celles qui ont réussi?

> **Initiative 5 :** Inciter les universitaires, les institutions financières et les gouvernements à entreprendre des recherches longitudinales sur l'évolution du taux de rentabilité, de la part du marché et de la structure financière des entreprises dirigées par des femmes.

Certaines initiatives canadiennes d'incubation d'entreprises[30] et des chaires universitaires sur l'entrepreneuriat commencent à donner des résultats concrets. Cependant, ces milieux sont encore devenus des bastions masculins et très peu de femmes (si tant est qu'il y en ait) ont été invitées à se joindre aux entrepreneurs et aux dirigeants qui en font partie. C'est pourtant là que se déroule l'action la plus prometteuse pour l'entrepreneuriat des années 1980

et les femmes doivent pouvoir en profiter. Il devrait y avoir une coordination globale de ces activités; des recherches et des interventions communes devraient être encouragées et entreprises par les entités concernées afin d'éviter toutes duplications inutiles et coûteuses.

> **Initiative 6 :** Établir des chaires universitaires qui auraient le mandat de développer l'entrepreneuriat féminin et l'incubation d'entreprise. Veiller à ce que les chaires et les incubateurs de l'entrepreneuriat déjà existants et subventionnés par les gouvernements aient un volet axé sur le développement de l'entrepreneuriat des femmes et voir à ce qu'il y ait une meilleure coordination de ces activités.

Les frais d'incorporation constituent un problème majeur pour les femmes. Nombre d'entre elles ne pourront jamais s'offrir l'incorporation et elles sont beaucoup plus vulnérables que les hommes dans la même situation, à cause de leur contrat de mariage qui, dans certaines circonstances, ne leur permet pas d'hériter de l'entreprise dans laquelle elles ont longtemps oeuvré. L'incorporation, dans beaucoup de cas, leur procurerait une sécurité financière et des avantages fiscaux qui les aideraient à prendre en toute quiétude les autres décisions importantes pour le bon fonctionnement de leur entreprise. Puisque certains ministères offrent gratuitement les services de conseillers financiers aux entrepreneurs, ne pourraient-ils pas aussi leur offrir des services juridiques?

> **Initiative 7 :** Trouver des moyens d'offrir gratuitement, en totalité ou en partie, aux femmes qui veulent devenir entrepreneures, les services reliés à l'incorporation d'une entreprise et tout autre service dont elles auraient besoin pour assurer le bon démarrage de leur entreprise.

En 1984, le ministère de l'Industrie et du Commerce du Québec a établi une Direction de l'entrepreneuriat au féminin à l'intérieur de ses services. Cet organisme a énormément contribué à développer l'entrepreneuriat des femmes par ses recherches, ses activités de formation, ses rencontres avec les femmes d'affaires, etc. Relevant d'un ministère important pour la petite entreprise, la Direction donne aux femmes la chance de se familiariser avec les services que pourrait leur offrir le Ministère et leur permet de rencontrer les conseillers

susceptibles de les aider. Ce serait certes une excellente idée d'avoir une structure similaire dans les ministères du commerce extérieur. Les femmes s'intéressent de plus en plus à l'exportation et chaque mission commerciale gouvernementale à l'étranger devrait inclure au moins une femme chef d'entreprise. Les femmes devraient avoir autant de chances que les hommes de percer le marché étranger.

> **Initiative 8 :** Intéresser les ministères de l'industrie, du commerce et de l'exportation des différentes provinces à l'organisation d'une direction de l'entrepreneuriat féminin à l'intérieur de leurs systèmes afin d'encourager les femmes à créer des entreprises et leur prodiguer l'appui dont elles auraient besoin pour développer leur entreprise.

Beaucoup d'établissements financiers semblent encore ignorer les succès des femmes dans les affaires. On devrait les sensibiliser au nouveau profil de la femme entrepreneure des années 1980 et les amener à comprendre que les femmes chefs d'entreprises sont, de plus en plus, de bons risques financiers.

> **Initiative 9 :** Continuer à sensibiliser les banquiers, les comptables, les avocats, les consultants, à la confiance que les femmes chefs d'entreprises leur portent et leur donner de l'information pertinente et récente sur l'entrepreneuriat féminin au Canada.

Encore une fois, nous constatons que nos données sur les entrepreneures canadiennes sont très incomplètes et que le profil que nous sommes parvenues à dégager est préléminaire, partiel et approximatif. Plusieurs autres recherches devront être entreprises dans toutes les provinces et territoires du Canada afin de vérifier ce profil avant de pouvoir élaborer une politique cohérente et utile à leur égard.

Néanmoins, ces quelques données nous encouragent à considérer l'entrepreneurint comme une option très viable pour les Canadiennes. La formation à l'entrepreneuriat féminin devrait commencer même à l'élémentaire, et les collèges, universités et autres établissements de formation devraient concevoir du matériel pédagogique et des cours plus adaptés à l'entrepreneuriat féminin. On devrait

pouvoir compter une chaire en entrepreneuriat féminin dans toutes nos universités canadiennes.

Les gouvernements, les institutions financières, les chambres de commerce et autres associations similaires devraient améliorer leurs réseaux de communication et d'information pour mieux rejoindre les entrepreneures et faciliter leur intégration. Les médias devraient être encouragés à souligner leurs succès et la contribution économique qu'elles font au pays. Elles devraient être invitées plus fréquemment à faire partie des missions commerciales et à participer à la prise de décision stratégique. Les jeux sont faits. L'entrepreneuriat féminin d'aujourd'hui et de l'avenir est un des éléments essentiels à une économie canadienne renouvelée.

NOTES

1. On trouvera dans la bibliographie les références complètes pour tous les auteurs cités.

2. Canada, Revenu Canada Impôt, *Statistiques fiscales* (Ottawa : années 1975-1985), tableaux 12, années 1975-1979, et tableaux 11, années 1980-1985.

3. Ruth Rose-Lizée, *Portrait des femmes collaboratrices du Québec* (St-Lambert, Québec : Association des femmes collaboratrices du Québec, 1984) p. 135. (Consulter aussi le Tableau 1.)

   Il nous faut noter que nous considérons la femme collaboratrice comme entrepreneure même si elle ne possède pas officiellement des parts dans l'entreprise parce que, de par son contrat de mariage, si elle est mariée en société d'acquêts, elle a droit à la moitié des biens acquis pendant le mariage. Dans la majorité des cas, Ruth Rose-Lizée remarque que l'entreprise individuelle enregistrée ou les actions dans l'entreprise incorporée seront considérées comme des biens acquêts et donc susceptibles d'être partagés. *Ibid.*, p. 78. Bien que la Canadian Association of Women's Business Owners demande que les collaboratrices détiennent 25 % des actions dans l'entreprise ou appartiennent à une société de personnes pour devenir membres, des critères beaucoup moins sévères sont employés communément dans le jargon organisationnel des ministères de l'Industrie et du Commerce pour décrire l'actionnaire minoritaire, et une personne n'ayant qu'une part dans l'entreprise est considérée comme actionnaire minoritaire. Ce sont ces critères que nous retiendrons dans ce texte.

4. Québec, Ministère du Conseil exécutif, Secrétariat à la condition féminine, *La situation économique des Québécoises* (Québec : juin 1985), p. 16, « Partenaires réelles — Décisions 85 ».

5. Women for the Survival of Agriculture, *Quelle est votre valeur? Une étude sur la contribution économique des agricultrices de l'est de l'Ontario à l'exploitation des fermes familiales*, étude soumise à la Deuxième conférence nationale des femmes en agriculture, Charlottetown, Île-du-Prince-Édouard, 21-24 novembre 1985, p. 22.

6. Les résultats de certaines études canadiennes seront présentés de diverses façons dans le présent texte afin d'illustrer certaines interprétations ainsi que leurs limites. Ces études ont été entreprises par différents auteurs avec des objectifs différents. Souvent, les auteurs ont employé différentes échelles pour soumettre leurs résultats. Bien que nous présenterons ceux-ci en parallèle dans un même tableau pour faciliter les comparaisons, plusieurs études seront absentes de ces tableaux à cause de l'absence de chiffres pertinents.

   Afin d'éviter des généralisations trop hâtives, voici une courte description de chacune des études :

Provinces maritimes

Lois A. Stevenson, 1983 et 1984
Études utilisant une population d'entrepreneures (N=447) de trois provinces, de laquelle fut tiré un échantillon stratifié de femmes de différents secteurs d'activités, toutes fondatrices de leur propre entreprise. Autant que possible, l'entreprise devait être en exploitation depuis un an, avoir un chiffre d'affaires de 10 000 $ et plus, et employer au moins une personne. L'entrepreneure devait être propriétaire majoritaire et participer quotidiennement à l'administration courante de l'entreprise.

Échantillon : N=183
- Nouvelle-Écosse N=100
- Nouveau-Brunswick N= 64
- Île-du-Prince-Édouard N= 19

Méthodologie : envoi d'un questionnaire

Québec

Plusieurs études ont été faites au Québec. Les voici en ordre chronologique :

Lavoie (1984)$_a$ (« Les années 80 et l'entrepreneurship au féminin »)
Étude d'une population de 250 entrepreneures de la région de Montréal, dans différents secteurs d'activités. Toutes les entrepreneures consultées pouvaient faire partie de l'étude si elles avaient fondé ou acheté elles-mêmes ou avec un partenaire leurs entreprises. Les entreprises devaient compter au moins un employé.

Échantillon : N=250
- Entrepreneure parrainée N=145
- Entrepreneure jeune et scolarisée N= 25
- Entrepreneure sociale N= 80

Méthodologie : emploi d'un questionnaire en entrevue

Lavoie (1984)$_b$ (Les femmes entrepreneures dans le domaine manufacturier au Québec)
Étude d'une population de 72 entrepreneures du secteur manufacturier de neuf des dix régions du Québec (c'est-à-dire toutes celles qui se sont portées volontaires pour l'étude). Les femmes devaient avoir fondé ou acheté elles-mêmes ou avec un partenaire leur entreprise, et devaient avoir au moins un employé.

Échantillon : N=72
Méthodologie : emploi du questionnaire et de l'entrevue téléphonique

Lavoie (1986)
Étude de 16 jeunes entrepreneures de moins de 28 ans, de différentes régions du Québec, ayant fondé seule ou avec un ou des partenaires leur entreprise à l'aide d'une « Bourse d'affaires » de 25 000 $ du gouvernement du Québec. (Recherche non encore publiée.)

Échantillon : N=16
Méthodologie : rencontre et entrevue au cours du « Forum international des jeunes et l'entrepreneuriat », Québec, décembre 1985, et analyse du contenu des monographies sur chacune des entreprises préparées à l'occasion du forum.

MIC (1985)
Échantillon : 50 entrepreneures les plus connues de différents secteurs d'activités du Québec.
Méthodologie : entrevue structurée et prolongée avec chacune des femmes

MIC (1986)
Étude d'une large population d'entrepreneures dans le secteur manufacturier du Québec.

Échantillon : 1 698 entrepreneures des dix régions industrielles du Québec
Méthodologie : données recueillies par l'envoi d'un questionnaire

Rose-Lizée (1984)
Étude de 217 femmes collaboratrices de quelques régions du Québec afin de concentrer les efforts de cueillettes de données. Leurs entreprises pouvaient avoir ou non des employés mais les femmes devaient avoir leur mot à dire dans la gestion courante de l'entreprise. Elles pouvaient ne pas avoir officiellement de parts dans l'entreprise. Les collaboratrices ne devaient pas être des travailleuses autonomes.

Échantillon :	N=217
Secteur agricole	N=115
Secteur professionnel	N= 8
PME	N= 94

Méthodologie : données recueillies par l'envoi d'un questionnaire

Lee-Gosselin et Grisé (1986)
Étude portant sur 63 propriétaires-dirigeantes du secteur manufacturier de la région de Québec. Toutes les femmes devaient posséder au moins un pour cent des parts de l'entreprise. Le nombre d'entrepreneures par secteur n'est pas indiqué.

Échantillon : N=63
Méthodologie : données recueillies à l'aide de l'envoi d'un questionnaire

Ontario

Deux études seulement sont connues :

Collom (1982)
Étude effectuée pour le compte du Secrétariat de la petite entreprise du ministère fédéral de l'Expansion industrielle régionale par le professeur Frank Collom de l'université Queen. Les résultats de cette étude sont résumés dans le document de Brenda Baird, *Les femmes gestionnaires et propriétaires d'entreprises canadiennes*, document de travail (Ottawa : Ministère de l'Expansion industrielle régionale, Secrétariat de la petite entreprise, 1982).

Les entrepreneures étaient du sud-est de l'Ontario et choisies au hasard, dans différents secteurs d'activités.

Échantillon :	N=236
Secteur vente	N=179
Secteur service	N= 48
Autres	N= 9

Méthodologie : données recueillies à l'aide de l'envoi d'un questionnaire

White (1984)
Étude longitudinale à la grandeur du Canada d'entrepreneurs sélectionnés au hasard dans différents secteurs d'activités, à la fin de 1978. Les entreprises ont été contactées de nouveau en 1983.

En 1978, l'échantillon était composé de nouvelles entreprises (aucun détail sur la définition). Malheureusement, nous ne possédons qu'un simple résumé des résultats de cette recherche et très peu de détails sont disponibles.

Échantillon :	1978	1983
Hommes	486	123
Femmes	1 364	644
Rejetés	139	--
Total	1 989	767

Méthodologie : données recueillies par l'envoi d'un questionnaire

Manitoba

Suek et al. (1983)
Étude effectuée pour le compte de Travail Manitoba et Développement de l'entreprise et Tourisme Manitoba auprès de 100 entrepreneurs de différents secteurs d'activités et de différentes régions. Étant donné que l'échantillon était composé d'hommes et de femmes et que la présentation des résultats regroupe les hommes et les femmes sans les différencier, nous n'avons pu les intégrer aux autres études dans le texte qu'à quelques rares occasions.

Échantillon : 55 femmes, 45 hommes
Méthodologie : envoi d'un questionnaire

Saskatchewan

Department of Tourism and Small Business (1986)
Nous n'avons pu obtenir cette étude mais en avons discuté au téléphone avec un membre du ministère. Les résultats proviennent de quatre études sur les entrepreneurs en général dans la province et différencient les hommes des femmes sur quelques facteurs seulement.

Échantillon : inconnu
Méthodologie : la plupart des données furent recueillies par l'envoi de questionnaires

Colombie-Britannique

B.C. Women's Programs (1986)
Étude entreprise par le ministère du travail auprès de 1000 entrepreneures de différents secteurs d'activités.

Échantillon : N=1000
Méthodologie : données recueillies par l'envoi d'un questionnaire

On ne saurait trop souligner que même si les recherches sur les entrepreneures sont de plus en plus nombreuses au Canada, on en est encore à la collecte d'information et plusieurs provinces telles que l'Alberta, Terre-Neuve et autres, ne semblent pas encore avoir fait l'objet de quelque recherche.

Les différents tableaux tirés de ces treize recherches sur les entrepreneures sont aussi très difficiles à interpréter puisqu'ils s'appuient sur les différentes échelles utilisées par les auteurs. Ils peuvent servir à donner des indications et à faire des rapprochements sans pour autant se prêter à des conclusions véritables.

7. Québec, Ministère de l'Industrie et du Commerce, Direction de la promotion des femmes entrepreneures, *Les dirigeantes d'entreprises manafacturières : une présence significative* (Québec : 1986), « Les femmes dans le monde des affaires ».

8. Canada, Revenu Canada Impôt, *Statistiques fiscales* (Ottawa : années 1975-1985), tableaux 11 et 12.

9. Par extrapolation d'après le texte d'Anita Millar, « A Study of Women Entrepreneurs in Canada », document inédit préparé pour le secrétariat de la petite entreprise, ministère de l'Expansion industrielle régionale, août 1986, p. 2.

10. Jerry White, « La montée du capitalisme féminin — les femmes comme chefs d'entreprises », traduction non publiée de « The Rise of Female Capitalism — Women as Entrepreneurs », *Business Quarterly*, vol. 49, n^{o} 1, printemps 1984, pp. 133-135.

11. Voir la liste des associations à la note 28.

12. Les différentes méthodologies de recherche et les échelles de valeurs employées rendent difficile l'interprétation de ces résultats. Ce tableau ne devrait servir qu'à donner de simples indications du phénomène étudié.

13. Canada, Revenu Canada Impôt, *Statistiques fiscales* (Ottawa : 1981), tableau 12.

14. Ahmed Naciri, « Le financement des petites entreprises : mythe et réalité » in *La P.M.E. à l'ère entrepreneuriale*, 30ième Conférence mondiale du Conseil international de la petite entreprise, Montréal, 16-19 juin 1985, p. 143.

15. White, « La montée du capitalisme féminin — les femmes comme chefs d'entreprises », pp. 134-135.

16. Beverley Suek et al. *Minding Her Own Business: A Study on Self-Employment in Manitoba* (Winnipeg : Human Development Center of Winnipeg, 1983), p. 9.

17. Le programme « Bourses d'affaires », récemment rebaptisé « Nouveaux entrepreneurs », a été mis sur pied par le ministère québécois de l'Industrie et du Commerce en 1984 pour aider les diplômés universitaires et collégiaux à se lancer en affaires et à créer leur propre entreprise. Le Ministère garantit pour cinq ans les deux tiers d'un prêt maximal de 25 000 $. Le Ministère s'engage en plus à payer 100 % des intérêts de l'emprunt la première année et 50 % les deux années suivantes. Les remboursements en capital débutent au terme de la première année d'obtention du prêt et s'étalent sur une période minimale de quatre ans. L'objectif du programme est fixé à 5 000 « Bourses d'affaires » pendant trois ans.

18. Dina Lavoie, *Les femmes entrepreneures dans le domaine manufacturier au Québec*, conférence prononcée au colloque sur les femmes entrepreneures : l'Art de diriger une entreprise, Montréal, novembre 1984, p. 7.

19. Rose-Lizée, *Portrait des femmes collaboratrices du Québec*, p. 111.

20. *Ibid.*, p. 111.

21. Cette étude indique que seulement 33 % des femmes, en Colombie-Britannique, obtiennent un diplôme postsecondaire (p. 13).

22. En faisant le relevé de la chronique de l'homme du mois de la *Revue Commerce*, le professeur Jean-Marie Toulouse a noté, dans *L'entrepreneurship au Québec* (Montréal : Les Presses HEC, 1979) que 40 % des entrepreneurs ont fait des études secondaires et que seulement 20 % ont « atteint un niveau universitaire », p. 53.

23. *Ibid.*, pp. 53-54.

24. Cette étude comprenait un échantillon de 30 entrepreneurs seulement, dont une femme.

25. C'est ce qu'Hélène Lee-Gosselin, chercheure à l'université Laval, confiait à l'auteure au cours d'une discussion sur les derniers résultats de ses recherches sur les entrepreneures dans le secteur manufacturier d'une région du Québec.

26. Brenda Baird, Les femmes gestionnaires et propriétaires d'entreprises canadiennes (Ottawa : Ministère de l'Expansion industrielle régionale, Secrétariat de la petite entreprise, janvier 1982), p. 12.

27. Jean-Marie Toulouse, *Les réussites québécoises* (Montréal : Les Éditions Agences D'Arc Inc., 1982) p. 184.

28. De nombreuses associations existent dans les différentes provinces, dans le but d'encourager l'entrepreneuriat ou le coentrepreneuriat féminin. Les suivantes sont assez bien connues :

Business and Professional Women's Clubs of British Columbia and Yukon (1930), Victoria, Colombie-Britannique.

Western Business Women's Association, Vancouver, Colombie-Britannique.

Women Skills, Burnaby, Colombie-Britannique.

Alberta Women's Secretariat, Edmonton, Alberta.

National Association of Women in Construction, Edmonton, Alberta.

Regina Women's Network Inc., Regina, Saskatchewan.

Saskatchewan Business and Professional Women's Clubs, Saskatoon, Saskatchewan.

Manitoba Women's Directorate, Winnipeg, Manitoba.

Ontario Women's Directorate, Toronto, Ontario.

Windsor Women's Incentive Centre, Windsor, Ontario.

Women for the Survival of Agriculture, Crysler, Ontario.

Women Like Me, Toronto, Ontario.

Women's Community Enterprises, London, Ontario.

Association des femmes d'affaires du Québec, Montréal, Québec.

Association professionnelle des entrepreneurs au féminin, Montréal-Nord, Québec.

Comité de promotion des femmes d'affaires (Accès 51), de la Chambre de commerce de Montréal, Montréal, Québec.

Association des femmes collaboratrices du Québec, Saint-Lambert, Québec.

Réseau des femmes du Nouveau-Brunswick, Fredericton, Nouveau-Brunswick.

Women's Directorate, Fredericton, Nouveau-Brunswick.

Patchwork Community Women's Resource Centre, Halifax, Nouvelle-Écosse.

Summerside Business and Professional Women's Club, Summerside, Île-du-Prince-Édouard.

Women's Studies, Memorial University, St.John's, Terre-Neuve.

Business and Professional Women's Association, Yellowknife, Territoires du Nord-Ouest.

Victoria Faulkner Women's Centre, Whitehorse, Yukon.

29. Le cours le plus connu dans les provinces est sans doute celui qui a été mis sur pied par la Banque fédérale de développement, intitulé « Women in Management ». Ce cours de deux jours s'est donné à Edmonton, Calgary, Saskatoon, Regina, Winnipeg et Halifax. Le cours vise à améliorer les compétences de gestion des femmes. Elles peuvent avoir accès, dans le même établissement, à des cours mixtes spécialement conçus pour les entrepreneurs.

Un cours qui semble populaire à Vancouver et dans les environs est celui de l'université Simon Fraser intitulé « Foundation Program in Management for Women ». Cette série de cours touche divers sujets, allant du comportement organisationnel à la planification stratégique, et comporte six modules de trois jours chacun. Les cours ne sont pas crédités.

À Burnaby, en Colombie-Britannique, un cours intitulé « Co-operative Employment for Women » est offert régulièrement à Douglas College et est subventionné par Emploi et Immigration Canada. Ce cours a pour objectif d'enseigner aux femmes qui n'ont pas de travail rémunéré depuis 26 semaines, comment démarrer et gérer leur propre coopérative. Les participantes doivent assister à neuf modules d'enseignement totalisant 68 jours et travailler à bâtir leur coopérative pendant 62 autres jours.

Au Manitoba, les universités organisent de temps à autres une « Winning Women Conference » pour sensibiliser les femmes aux possibilités de l'entrepreneuriat. La dernière avait lieu en mars 1986 à l'université du Manitoba. Plusieurs firmes de consultation élaborent des programmes de gestion pour les femmes, comme le Manitoba Institute of Management de Winnipeg et le Human Development Center de Winnipeg.

Au Québec, la Direction de la promotion des femmes entrepreneures du ministère de l'Industrie et du Commerce a conçu une série de cours pour les entrepreneures ou celles qui veulent le devenir et, depuis trois ans, cet organisme a donné une cinquantaine de ces cours et ateliers dans toute la province. Les frais s'élèvent ordinairement à moins de 100 $.

Plusieurs firmes de consultation et associations de femmes, tout comme la Direction de la promotion des femmes entrepreneures mentionnée ci-dessus, offrent périodiquement des cours et les frais sont de moins de 100 $.

La Y.W.C.A. de Montréal a mis sur pied une série de cours depuis près de huit ans sur différents problèmes de gestion des entreprises. Ces cours sont bien conçus et peu coûteux.

L'Association des femmes collaboratrices offre son propre programme de cours sur la gestion d'une entreprise dans toutes les régions du Québec depuis plus de dix ans. Ces cours ne sont pas très coûteux et sont ouverts à toutes leurs membres.

Tous ces cours et plusieurs autres ont certainement contribué à populariser les avantages de l'entrepreneuriat au féminin.

30. Sorte de prise en charge d'une entreprise, dans ses débuts, par un groupe de conseillers formé d'universitaires et de gens d'affaires.

BIBLIOGRAPHIE

Baird, Brenda. *Les femmes gestionnaires et propriétaires d'entreprises canadiennes*. Ottawa : Ministère de l'Expansion industrielle régionale, Secrétariat de la petite entreprise, janvier 1982. (Il s'agit d'un résumé de l'étude de Frank Collom, de l'Université Queen.)

Bruce, Richard. *The Entrepreneurs : Strategies, Motivations, Successes, and Failures*. Bedford, Eng. : Liberatarian Books Ltd., 1976.

Canada. Revenu Canada, Impôt. *Statistique fiscale*. Ottawa : années 1975-1979, tableaux 12; années 1980-1985, tableaux 11.

Collom, Frank. « Women in Business ». *Worklife*, vol. 2, n° 5, 1982, pp. 6-7.

Colombie-Britannique. Ministry of Labour, B.C. Women's Programs. *Survey of Women Business Owners in British Columbia : Major Findings and Policy Implications*. Sondage réalisé avec l'aide du Central Statistics Bureau of the Ministry of Industry and Small Business Development. Victoria : avril 1986.

Cook, Jane T. et Jane Widerman. « Women : the Best Entrepreneurs ». *Canadian Business*, vol 55, n° 6, juin 1982, pp. 68-73.

Garnier, Bernard et Yvan Gasse. « Les besoins de formation des propriétaires-dirigeants de PME québécoises : une étude empirique pilote ». In actes du colloque *Managing Small Business in the 80's*. 3e conférence canadienne du Conseil international de la petite entreprise — Canada. Toronto, 23-25 mai 1984, pp. 69-88.

Knight, Russell, M. « An Evaluation of Venture Capital Rejections and Their Subsequent Performance ». In actes du colloque *Managing Small Business in the 80's*. 3e conférence canadienne du Conseil international de la petite entreprise — Canada. Toronto, 23-25 mai 1984, pp. 11-28.

Kohl, Helen. « Enterprise Begins at Home ». *The Financial Post Magazine*, 15 octobre 1982, pp. 20-28.

Lavoie, Dina. *La femme entrepreneure : trois profils de femmes d'affaires de la région de Montréal*. Montréal : École des Hautes Études Commerciales, 1979.

_____. « Les années 80 et l'entrepreneurship au féminin ». In actes du colloque *Managing Small Business in the 80's*. 3e conférence canadienne du Conseil international de la petite entreprise — Canada. Toronto, 23-25 mai 1984, pp. 59-67.

_____. *Les femmes entrepreneures dans le domaine manufacturier au Québec*. Conférence prononcée au colloque sur les femmes entrepreneures : l'Art de diriger une entreprise. Montréal, novembre 1984.

_____. « Les jeunes entrepreneures du Québec ». Document de recherche, Montréal, École des Hautes Études Commerciales (à paraître).

Lee-Gosselin, Hélène et Jacques Grisé. « L'état de la recherche sur l'entrepreneurship féminin — une revue de la littérature et un cadre de référence ». *Revue P.M.O.*, vol. 1, n° 6, 1984, pp. 9-13.

_____. « Femmes, propriété et gestion des entreprises manufacturières ». *Gestion*, vol. 11, n° 3, septembre 1986, pp. 74-78.

McClelland, David. « Entrepreneurship and Achievement Motivation ». In *Approaches to the Science of Socio-Economic Development*. Éd P. Lengyel. Paris : UNESCO, 1971.

Naciri, Ahmed. « Le financement des petites entreprises : mythe et réalité ». In *La P.M.E. à l'ère entrepreneuriale*. 30ième Conférence mondiale du Conseil international de la petite entreprise. Montréal, 16-19 juin 1985, pp. 139-164.

Québec. Ministère de l'Industrie et du Commerce, Direction de la promotion des femmes entrepreneures. *Les dirigeantes d'entreprises manufacturières : une présence significative*. Québec : 1986, « Les femmes dans le monde des affaires ».

Québec. Ministère de l'Industrie et du Commerce, Direction générale des services aux entreprises. *Portrait de la femme d'affaires au Québec*. Québec : février 1985.

Québec. Ministère du Conseil exécutif, Secrétariat à la condition féminine. *La situation économique des québécoises*. Québec : juin 1985, « Partenaires réelles — Décisions 85 ».

Rose-Lizée, Ruth. *Portrait des femmes collaboratrices du Québec*. St-Lambert, Québec : Association des femmes collaboratrices du Québec, 1984.

Saskatchewan. Department of Tourism and Small Business. *Women in Business*. Document de travail. Regina : mai 1986.

Schell, Douglas W. et Elaine R. Weiman. *The Woman Entrepreneur : Some Implications for the Small Business Institute Director*. Evansville, Indiana : University of Evansville, 1977.

Schreier, James W. *The Female Entrepreneur — A Pilot Study*. Document de recherche. Milwaukee, Wis. : Marquette University; Center for Venture Management, 1975.

Schwartz, Eleanor Brantley. « Entrepreneurship : A New Female Frontier ». *Journal of Contemporary Business*, n° 5, hiver 1975, pp. 47-76.

Stevenson, Lois A. *An Investigation of the Entrepreneurial Experience of Women : Implications for Small Business Policy in Canada*. Wolfville, Nouvelle-Écosse : Acadia University, 1984.

_____. *Some Dimensions of Female Entrepreneurship.* Actes du congrès des écoles de commerce de l'Atlantique. Antigonish, Nouvelle-Écosse : St. Francis Xavier University, 21-22 octobre 1983.

Suek, Beverly et al. *Minding Her Own Business : a Study on Self-Employment in Manitoba.* Winnipeg : Human Development Center of Winnipeg, 1983.

Toulouse, Jean-Marie. *L'entrepreneurship au Québec.* Montréal : Les Presses HEC, 1979.

U.S. Small Business Administration. *Facts about Small Business and the U.S. Small Business Administration.* Washington, D.C. : Government Printing Office, 1984.

_____. « Women-Owned Business ». In *The State of Small Business : a Report of the President.* Washington, D.C. : Superintendent of Documents, 1985, chap. 6.

White, Jerry. « La montée du capitalisme féminin — les femmes comme chefs d'entreprise ». Traduction non publiée de « The Rise of Female Capitalism — Women as Entrepreneurs ». *Business Quarterly*, vol. 49, n° 1, printemps 1984, pp. 133-135.

Winter, Maridee Allen. *Mind Your Own Business, Be your Own Boss : Every Woman's Guide To Starting a Business and Succeeding.* Toronto : Waxwing Productions Ltd., 1980.

Women for the Survival of Agriculture. *Quelle est votre valeur? Une étude sur la contribution économique des agricultrices de l'est de l'Ontario à l'exploitation des fermes familiales.* Étude soumise à la Deuxième conférence nationale des femmes en agriculture. Charlottetown, Île-du-Prince-Édouard, 21-24 novembre 1985.